



Turismo familiar en Andalucía

Año 2021

Demanda Turística en Andalucía. Segmentos turísticos



TURISMO FAMILIAR EN ANDALUCÍA. AÑO 2021

Publicación Oficial de la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte

COLECCIÓN

Demanda Turística en Andalucía. Segmentos turísticos

EDITA

Consejería de Turismo, Cultura y Deporte

Plaza Nueva, nº 4

41001 Sevilla

NPU-1-10-220071-PDF

Formulario de contacto:

https://juntadeandalucia.es/organismos/turismoculturaydeporte/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 anual disponible a texto completo en la página web de la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte 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 IX 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 2021, 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 2021.**

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 2021, 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 2021 la muestra asciende a un total de 699 entrevistas a turistas, lo que supone un nivel de error de +/- 3,8%, con un nivel de confianza del 95,5% y donde $p=q=0,5$.

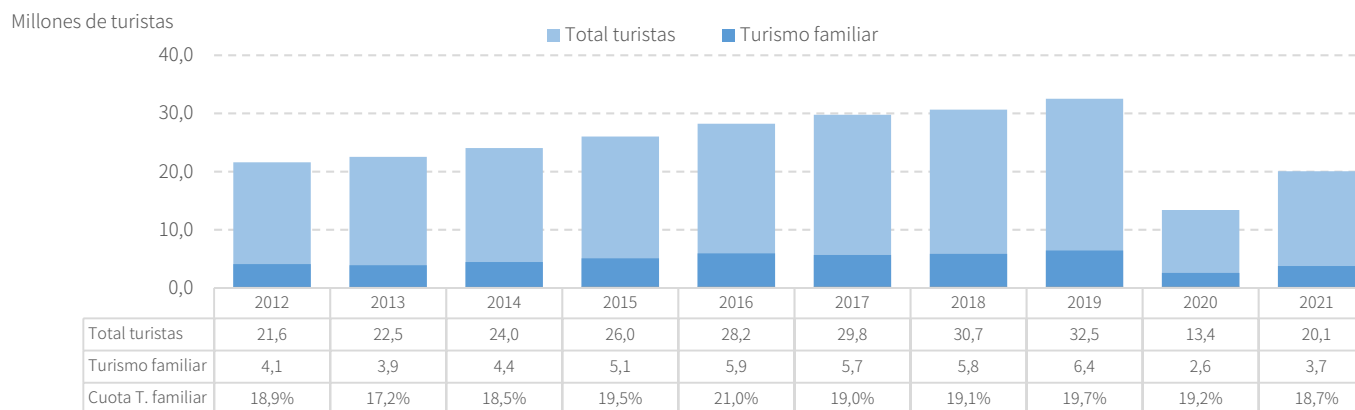
01. ¿Cuántos turistas son y cómo han evolucionado?

BALANCE DEL AÑO 2021 Y EVOLUCIÓN

Se estima que **en el año 2021** el número de turistas familiares ascendió hasta los **3,7 millones**, lo que representa el 18,7% de todo el turismo recibido en Andalucía en dicho año (20,1 millones). Respecto a 2020, una vez actualizadas las estimaciones correspondientes a dicho año, **el turismo familiar ha aumentado a una tasa del +45,4%**, un crecimiento importante que, aun estando en sintonía con el registrado en el total de turismo en 2021 (+49,8%), solo le ha permitido recuperar parte del nivel pre-pandemia, por lo que todavía permanece un -41,6% por debajo de la cifra de 2019 (6,4 millones de turistas familiares).

En el gráfico se aprecia que en el periodo 2012-2021, años para los que se dispone de información sobre este segmento, el turismo familiar presentaba, aunque con altibajos, una tendencia ascendente que alcanzó su cota más elevada en el año 2019, con 6,4 millones de turistas. En el año 2020, la pandemia interrumpió bruscamente esta evolución al alza y aunque en 2021 se ha iniciado la recuperación, todavía las cifras de turistas están muy alejadas de los registros récord que se alcanzaron en 2019. No obstante, y a pesar de los vaivenes sufridos a lo largo de estos años, la cuota o peso del turismo familiar se mantiene en 2021 cercana al 19%, la cuota promedio de la serie.

Evolución del Total turismo y Turismo familiar de Andalucía. Años 2012-2021



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

Puntos clave

Ciertas características del turismo familiar han propiciado **un menor impacto de los efectos de la crisis sanitaria por COVID-19 que los sufridos en otros segmentos turísticos** desarrollados en Andalucía:

- El turismo familiar es muy estacional, y **su principal periodo de vacaciones (el verano) ha coincidido con la época del año más idónea para viajar, tanto en 2020 como en 2021**, por sufrir menos oleadas del virus y menos restricciones a la movilidad.
- **Para las familias, las vacaciones son sinónimo de sol y playa**, entornos en los que es posible realizar **ocio y esparcimiento al aire libre**, en espacios abiertos, considerados de **menor riesgo frente al contagio** de Covid.
- **El coche, el transporte considerado más seguro durante la crisis sanitaria, ya era el medio preferente de este segmento** para acceder a Andalucía cada año. No han tenido que modificar este hábito de viaje por la pandemia, aunque sí se ha acentuado su uso.
- **Tradicionalmente el turismo familiar presenta una menor dependencia de la demanda extranjera**, la más afectada por el impacto de la pandemia en 2020 y 2021.

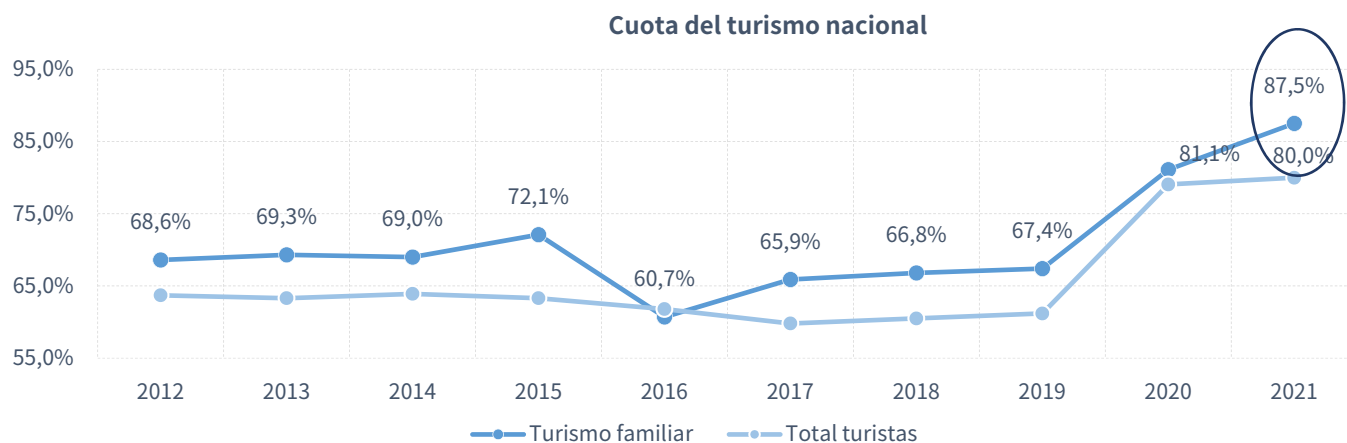
02. Aspectos diferenciales del turismo familiar

1. CLARO PREDOMINIO DE LA DEMANDA NACIONAL EN EL TURISMO FAMILIAR DE ANDALUCÍA

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, para todos los años de la serie 2012-2021, la comparativa de ambas estructuras evidencia que el peso o cuota de los turistas nacionales es mayor en el turismo familiar que en el total de turismo, con una única excepción en el año 2016, 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 a partir de 2020 como consecuencia de la crisis sanitaria provocada por el coronavirus**, tanto en el turismo familiar como en conjunto del turismo de Andalucía, aumentando notablemente la participación del turismo nacional. **La presencia de turismo extranjero no se recupera en 2021**, al contrario, siguen descendiendo las cuotas de esta procedencia en algunas tipologías de turismo, como en el turismo familiar.

Peso de los turistas de procedencia nacional. Total turismo y turismo familiar. Años 2012-2021



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

Puntos clave

- El turismo internacional se ha visto más afectado por las restricciones impuestas para el control de **la pandemia en 2020 y realizó menos visitas a Andalucía**: así, para el total de turistas recibidos en Andalucía en dicho año, mientras que el turismo extranjero **registró un fuerte descenso del -77,8%**, la caída registrada en el turismo de procedencia nacional fue menor (-46,8%).

- Esta importante reducción del mercado extranjero en 2020 desequilibró las cuotas o pesos que cada procedencia presentaba de forma habitual, tanto en el total de turismo como en el turismo familiar.

- Y aunque desde finales del mes de abril y principios del mes de mayo de 2021 la mayoría de los emisores extranjeros comenzaron sus procesos de desescalada, eliminando progresivamente las restricciones para viajar a España y Andalucía, **las medidas de contención se han mantenido activas en buena parte del año 2021, retrasando el inicio de la recuperación del mercado extranjero hasta el mes de junio**, por lo que el desequilibrio de cuotas persiste en 2021, y se ha acentuado en el caso del turismo familiar.

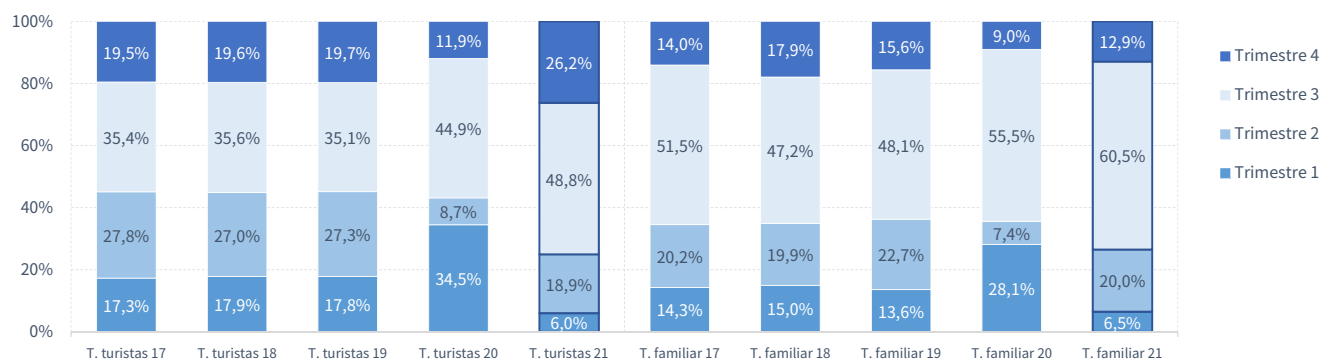
02. Aspectos diferenciales del turismo familiar

2. ES UN SEGMENTO TURÍSTICO MUY ESTACIONAL

Los y las turistas familiares prefieren **los meses de verano para viajar al destino andaluz**. Es habitual que el turismo familiar realice la mayor parte de sus visitas a Andalucía en el tercer trimestre del año, 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 predilección de los turistas familiares por el tercer trimestre, y es lo que mantiene este comportamiento a lo largo del tiempo sin muchas variaciones.

Pero la pandemia de COVID-19, y las restricciones establecidas para su control, han producido en todas las tipologías turísticas un reparto inusual de los flujos a lo largo de los dos últimos años. Los y las turistas no han viajado cuando han querido sino cuando han podido, viéndose limitados/as a aquellos periodos del año que han sufrido menos oleadas del virus y menos restricciones a la movilidad. Y tanto en 2020 como en 2021, **el verano ha sido la época del año más idónea para viajar**, precisamente el trimestre preferido por el turismo familiar, lo que ha derivado en un refuerzo de esta característica distintiva del segmento.

Distribución porcentual de turistas por trimestres. Total turismo y turismo familiar. Años 2017-2021



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 y 2021 ha potenciado este rasgo diferencial del turismo familiar, al concentrar en el tercer trimestre de cada año más de la mitad de los y las turistas del segmento: el 55,5% en 2020 y el 60,5% en 2021.

02. Aspectos diferenciales del turismo familiar

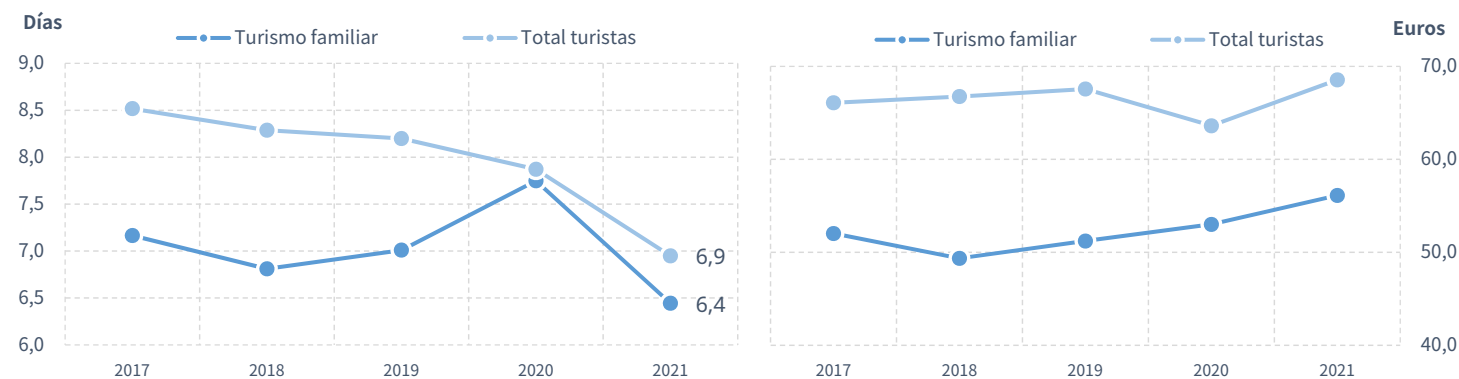
3. ESTANCIAS MÁS CORTAS FUERA DEL PERIODO ESTIVAL

Tradicionalmente, [la estancia media](#) en Andalucía para el turismo familiar solo se asemeja a la del total de turistas que visita la región en el tercer trimestre, siendo menores que las del turismo 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 sus hijos/as. **No obstante, las especiales circunstancias derivadas de la pandemia, 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

Para el turismo familiar, en 2021 el desembolso realizado por persona y día en el destino andaluz ascendió a los 56,12 euros, +3,1 euros más que el año anterior. A pesar del crecimiento, este [gasto medio diario](#) en el destino es inferior al que realiza el/la turista general que visita la región (68,55 euros en 2021). Y no solo este año, **el nivel de gasto del turismo 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 2017-2021



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

Puntos clave

- Si bien la crisis sanitaria ha propiciado que se recorte la distancia entre ambos niveles de gasto en el destino, sobre todo tras el primer año de la pandemia, el del turismo familiar aún permanece bastante por debajo, por lo que se mantiene vigente esta característica distintiva del segmento.

- Aunque en menor medida, **también se aprecian diferencias entre el patrón de gasto de los y las turistas familiares del que presenta el/la turista general**, pues este segmento suele dedicar 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

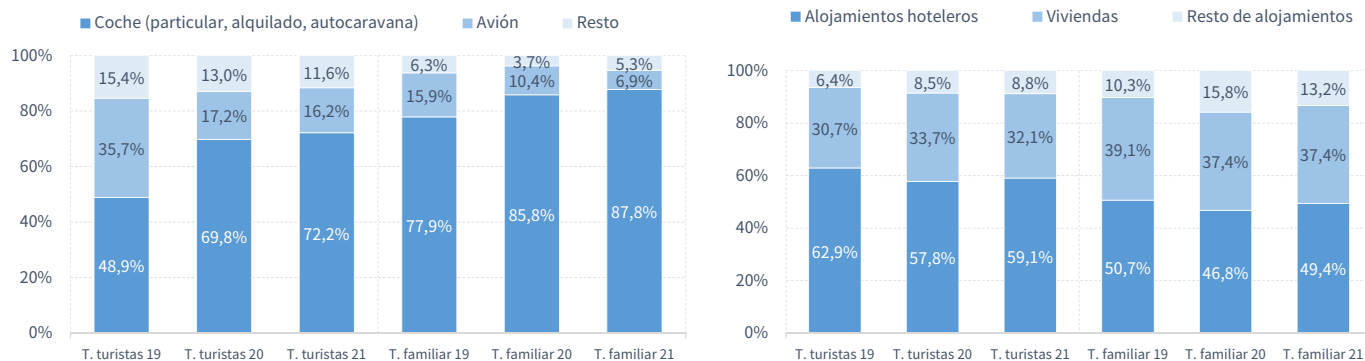
5. PREFIERE EL COCHE COMO MEDIO DE TRANSPORTE

La procedencia del turista determina en gran medida el [tipo de transporte](#) utilizado para acceder al destino visitado, y dada la mayor proporción de demanda nacional entre los turistas familiares, ello ha favorecido el predominio del coche en sus desplazamientos. Tras el fuerte incremento del uso del coche en el primer año de la pandemia, que afectó a todas las tipologías turísticas, en 2021 vuelve a aumentar a utilización de este tipo de transporte, tanto en el turismo familiar (87,8% frente a 85,8% en 2020), como en el total de turismo (72,2% frente a 69,8% en 2020).

6. REALIZA UN USO MÁS ELEVADO DEL ALOJAMIENTO EN VIVIENDAS

Para pernoctar en la región, los turistas familiares prefieren el [alojamiento](#) hotelero. No obstante, y en comparación con el total de turistas recibidos en Andalucía, este segmento destaca por realizar un uso mayor del alojamiento en viviendas (en propiedad, alquiladas o cedidas por familiares o amigos). En el año 2020, todas las tipologías turísticas optaron por reducir sus pernoctaciones en establecimientos hoteleros, al percibir que, en otros tipos de alojamientos era más fácil mantener el distanciamiento social. Y aunque en 2021 se ha iniciado la recuperación, el alojamiento hotelero continúa con una participación inferior a la de un año pre-pandémico.

Tipo de alojamiento y de transporte. Total turismo y turismo familiar. Años 2019-2021



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 en 2020 y 2021 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.

- Al comienzo de la pandemia, ciertas medidas impuestas para el control de los contagios, como las restricciones relativas al número de personas en reuniones sociales y la recomendación de mantener los grupos de convivencia, tuvieron un fuerte impacto en el uso del alojamiento hotelero. En 2021, tras relajarse estas medidas, ha comenzado la recuperación de la cuota de esta clase de alojamiento en todos los tipos de turismo, y el familiar no ha sido una excepción.

02. Aspectos diferenciales del turismo familiar

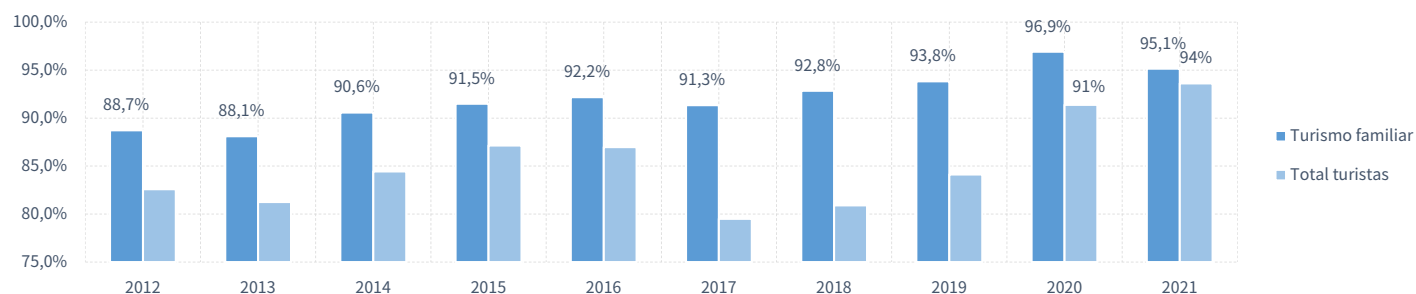
7. ORGANIZA POR SU CUENTA LA VISITA A ANDALUCÍA

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 ya dos razones de peso que justificaban esta menor contratación a través de intermediarios. Además, la pandemia de COVID-19 ha acentuado este comportamiento, tanto entre los y las turistas familiares como entre el turismo general, elevando la organización particular del viaje a sus mayores niveles desde que se dispone de información comparable.

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

Para el turismo familiar, el clima y la playa siempre se posicionan entre los aspectos con más [influencia a la hora de elegir Andalucía](#) como destino de sus vacaciones, pues la suma de ambos factores decantó la decisión del 44,9% de los turistas familiares de 2021. 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, hasta la irrupción de la pandemia en 2020, año a partir del cual la posibilidad de realizar turismo de naturaleza y rural ha pasado a convertirse en el principal factor diferencial entre el segmento familiar y el turismo general.

Organización particular del viaje. Total turismo y turismo familiar. Años 2012-2021



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

Puntos clave

- La pandemia ha complicado enormemente la planificación de los viajes: 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 en 2021 **están relacionadas con las motivaciones que los llevaron a Andalucía**: frente al turista general realizó con más intensidad todas aquellas actividades relacionadas con el disfrute y uso de la playa, observación de la naturaleza, la práctica de deportes náuticos y de deportes en la naturaleza. Además, desde que se dispone de datos para este segmento (2012), **el turismo familiar es más activo que el turismo general** en todos los años analizados.

02. Aspectos diferenciales del turismo familiar

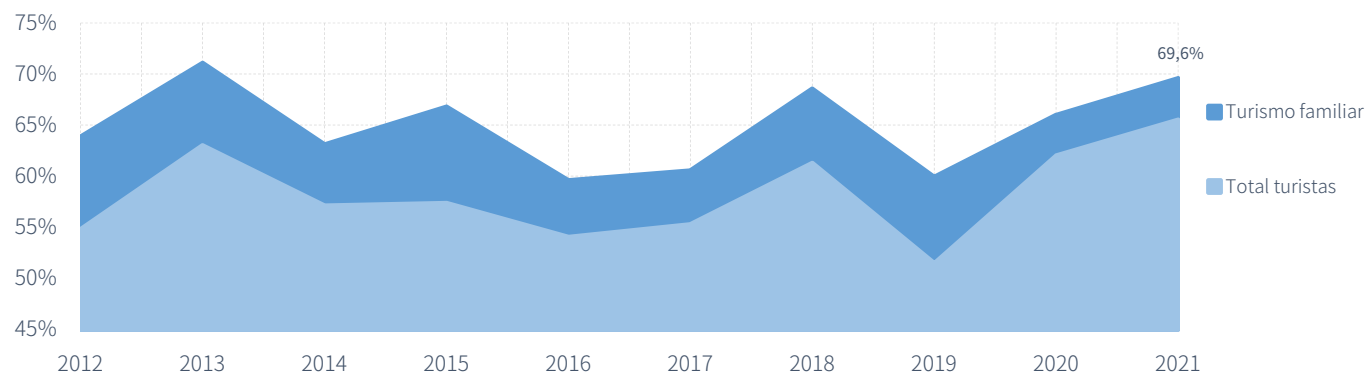
9. TURISTA FIEL, SIENDO LA PROPIA EXPERIENCIA EL CANAL MÁS UTILIZADO PARA INFORMARSE

[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 la mayoría de 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 2021) y perfila [las características sociodemográficas](#) de este segmento: alta presencia de menores de 18 años (41,0% frente a 7,5% del turismo total), siendo el siguiente grupo de edad más representativo el de 30 a 44 años (27,0%), 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 2012-2021



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 tras la irrupción de la pandemia 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 (+9,7 puntos porcentuales entre 2019 y 2021), pero sobre todo en el total de la demanda (+14,0 p. porcentuales entre 2019 y 2021).

- En consonancia con la estructura de edad de este segmento, **también la situación laboral del turista familiar es distintiva**, mostrando en 2021 una mayor presencia de turistas estudiantes (41,5% frente a 17,3% del turismo total) y una baja proporción de turistas jubilados (2,0% frente a 8,8% del turismo total).

03. Anexo tablas

INDICADORES BÁSICOS	2021	2020	2019	% Var./Dif. 21/20	% Var./Dif. 21/19
Número de turistas (millones)	3,7	2,6	6,4	45,4%	-41,6%
Cuota de participación en la demanda turística:	18,7%	19,2%	19,8%	-0,6	-1,1
Procedencia de los turistas:					
Españoles	87,5%	81,1%	67,4%	6,4	20,2
Extranjeros	12,5%	18,9%	32,6%	-6,4	-20,2
Distribución porcentual por trimestres:					
Trimestre 1	6,5%	28,1%	13,6%	-21,7	-7,1
Trimestre 2	20,0%	7,4%	22,7%	12,7	-2,6
Trimestre 3	60,5%	55,5%	48,1%	5,1	12,4
Trimestre 4	12,9%	9,0%	15,6%	3,9	-2,7
Gasto medio diario (en euros):	56,12	53,02	51,22	3,10	4,90
Gasto en destino por conceptos:					
Transporte	7,9%	7,7%	10,0%	0,1	-2,1
Alojamiento	30,6%	37,7%	25,0%	-7,1	5,5
Compras alimentación	8,2%	12,5%	11,9%	-4,3	-3,8
Compras no alimentación	4,1%	4,4%	7,3%	-0,3	-3,2
Visitas organizadas, ocio, otros...	6,9%	3,8%	5,9%	3,1	1,0
Alquiler de coches	0,5%	0,3%	1,3%	0,2	-0,8
Comidas (bares, restaurantes, cafeterías)	41,8%	33,6%	38,5%	8,2	3,3
Estancia media (nº de días):	6,4	7,7	7,0	-1,3	-0,6

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

HÁBITOS DE CONSUMO	2021	2020	2019	% Var./Dif. 21/20	% Var./Dif. 21/19
Medio de Transporte:					
Coche (particular, alquilado, autocaravana)	87,8%	85,9%	77,9%	2,0	10,0
Avión	6,9%	10,4%	15,9%	-3,6	-9,0
Resto	5,3%	3,7%	6,3%	1,6	-0,9
Tipo de Alojamiento:					
Alojamientos Hoteleros	49,4%	46,8%	50,7%	2,6	-1,2
Viviendas (en propiedad, alquiladas o cedidas por familiares o amigos)	37,4%	37,4%	39,1%	0,0	-1,7
Otros (camping, albergue, casa rural o similar, etc.)	13,2%	15,8%	10,3%	-2,6	2,9
Motivo principal del viaje:					
Trabajo (motivos profesionales) o Negocios	0,5%	0,0%	0,0%	0,5	0,5
Vacaciones / Ocio	87,4%	93,5%	89,7%	-6,1	-2,3
Visitas a familiares y amigos	10,4%	5,7%	8,5%	4,7	1,9
Otros motivos (Estudios, tratamientos de salud, religiosos, etc...)	1,7%	0,8%	1,8%	0,9	-0,1
Organización del viaje:					
De forma particular	95,1%	96,9%	93,8%	-1,8	1,3
Lo organizó un club, asociación, empresa...	1,3%	0,2%	1,6%	1,1	-0,3
Adquirió un paquete turístico o viaje combinado	3,6%	2,9%	4,6%	0,6	-1,0
Principales factores para elegir el destino andaluz:					
Precios	5,4%	9,2%	5,8%	-3,8	-0,3
Clima	15,3%	12,7%	25,0%	2,6	-9,6
Playa	29,6%	23,7%	23,1%	5,9	6,5
Visitas a monumentos	24,1%	24,5%	22,9%	-0,5	1,2
Turistas de naturaleza y rural	7,9%	13,0%	8,5%	-5,1	-0,6
Gastronomía	6,2%	5,0%	3,4%	1,2	2,8
Calidad de vida / Hospitalidad	1,6%	6,2%	3,7%	-4,6	-2,1
Excursiones	0,9%	0,7%	0,1%	0,2	0,8
Practicar deportes	1,6%	0,9%	3,1%	0,7	-1,4
Otros	7,2%	4,0%	4,5%	3,2	2,7
Canales de información del destino:					
Por experiencia propia	67,6%	70,9%	68,3%	-3,4	-0,8
Por recomendación de agencias de viajes (oficinas)	4,5%	0,9%	1,9%	3,7	2,6
Por recomendación de amigos o familiares	22,8%	19,6%	20,4%	3,3	2,4
Por redes sociales, web especializadas de viajes, blogs	3,2%	6,5%	3,7%	-3,3	-0,5
Por página Web oficial del destino	0,3%	0,8%	1,6%	-0,5	-1,3
Por publicidad en prensa, radio y TV	1,0%	0,4%	2,3%	0,6	-1,3
Por otros medios	0,6%	0,9%	1,8%	-0,3	-1,2

HÁBITOS DE CONSUMO	2021	2020	2019	% Var./Dif. 21/20	% Var./Dif. 21/19
Valoración al destino turístico andaluz (de 1 a 10 puntos):					
Alojamiento	8,5	8,7	8,5	-0,2	0,0
Restauración	8,5	8,6	8,4	-0,1	0,2
Ocio/Diversión	8,4	8,5	8,2	-0,1	0,2
Seguridad ciudadana	8,7	8,6	8,6	0,0	0,1
Atención y trato recibido	8,8	8,9	8,8	-0,1	0,0
Relación calidad/precio	8,4	8,4	8,3	0,0	0,1
Red de comunicaciones	8,2	8,1	8,0	0,2	0,2
Limpieza	8,3	8,5	7,9	-0,2	0,4
Nivel de tráfico	7,9	8,4	7,9	-0,5	-0,1
Señalización turística	8,3	8,3	8,1	0,0	0,2
Información turística	8,4	8,5	8,5	-0,1	-0,1
Patrimonio cultural	8,7	9,0	8,7	-0,3	0,0
Calidad de las playas y de los servicios	8,5	8,7	8,1	-0,2	0,4
Paisajes y Parques naturales	8,9	9,1	8,7	-0,2	0,2
Entornos urbanos	8,5	8,9	8,2	-0,4	0,3
Valoración global (Índice sintético de percepción)	8,4	8,6	8,3	-0,2	0,1
Actividades realizadas durante la estancia en Andalucía:					
(NOTA: pregunta multirrespuesta, los % no suman 100)					
Compras (excluidas regulares)	32,8%	30,1%	25,6%	2,7	7,1
Disfrute y uso de la playa	67,5%	55,0%	51,3%	12,5	16,2
Observación de la naturaleza	19,1%	18,1%	28,1%	1,0	-9,0
Visitas a monumentos y museos	27,2%	34,5%	36,5%	-7,3	-9,4
Asistencia a eventos culturales y otras actividades culturales	3,0%	0,8%	5,7%	2,3	-2,7
Práctica deportes náuticos	2,4%	4,4%	1,9%	-1,9	0,5
Deportes de naturaleza	6,4%	4,2%	4,1%	2,2	2,3
Prácticas de otros deportes	4,6%	3,0%	3,6%	1,6	1,0
Asistencia a eventos deportivos	0,3%	0,5%	1,8%	-0,2	-1,5
Otros entretenimientos (zoo, parques temáticos, etc...)	2,7%	3,4%	5,4%	-0,7	-2,7
Otras actividades	3,1%	1,8%	3,6%	1,3	-0,5

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

HÁBITOS DE CONSUMO	2021	2020	2019	% Var./Dif. 21/20	% Var./Dif. 21/19
Usó internet para consultas, reservas o compras:					
Si	65,9%	69,9%	57,6%	-4,0	8,2
No	34,1%	30,1%	42,4%	4,0	-8,2
Para qué utilizó internet:					
Consulta	100,0%	100,0%	100,0%	0,0	0,0
Reserva	87,3%	81,6%	85,3%	5,7	2,0
Compra	33,8%	51,5%	69,3%	-17,6	-35,4
Tamaño medio del grupo de viaje (personas):	3,9	3,9	4,1	0,0	-0,2
Grado de fidelidad:	69,6%	66,0%	59,9%	3,6	9,7

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

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO	2021	2020	2019	% Var./Dif. 21/20	% Var./Dif. 21/19
Sexo:					
Hombres	48,4%	47,7%	48,4%	0,7	0,0
Mujeres	51,6%	52,3%	51,6%	-0,7	0,0
Grupos de Edad:					
Menos de 18 años	41,0%	40,9%	40,9%	0,1	0,1
De 18 a 29 años	5,7%	5,3%	4,6%	0,4	1,1
De 30 a 44 años	27,0%	27,8%	29,2%	-0,8	-2,2
De 45 a 64 años	24,9%	23,9%	22,2%	1,0	2,7
Más de 65 años	1,4%	2,2%	3,1%	-0,8	-1,7
Situación Laboral:					
Trabajo (por cuenta ajena o propia)	50,2%	48,9%	49,5%	1,3	0,7
En paro	2,8%	2,7%	2,0%	0,1	0,7
Estudiante	41,5%	40,7%	39,6%	0,8	1,9
Retirado/Jubilado	2,0%	3,0%	3,6%	-1,0	-1,6
Labores del hogar	0,9%	1,9%	2,1%	-1,0	-1,2
Otras	2,7%	2,8%	3,2%	-0,2	-0,5

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