



Los hábitos de viaje de la población andaluza

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos



LOS HÁBITOS DE VIAJE DE LA POBLACIÓN ANDALUZA

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

COLECCIÓN

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos

EDITA

Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local

C/ Juan Antonio de Vizarrón s/n

41092 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

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

Introducción

El Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA) realizó entre septiembre y diciembre de 2020 la operación estadística “Encuesta Social 2020. Hábitos turísticos de la población andaluza” . Para diseñar el cuestionario que permitiera analizar cómo había afectado la actual crisis sanitaria en la actividad turística de los andaluces, IECA contó con la colaboración de la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local, a través del equipo técnico del Sistema de Análisis y Estadísticas del Turismo de Andalucía (SAETA) de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.

La “Encuesta Social 2020. Hábitos turísticos de la población andaluza” tiene como objetivo principal 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. El momento de la realización de la encuesta permite tener una perspectiva secuenciada en el tiempo: a) comparar con los comportamientos en años anteriores, b) analizar con detalle cómo han sido los comportamientos turísticos en el verano de 2020 y c) averiguar las percepciones y expectativas turísticas de la población en el corto plazo en un escenario de incertidumbre respecto a la duración de la pandemia (expectativas en meses finales de 2020 y en el año 2021).

El análisis de resultados realizado por IECA se ha publicado a través de una [Nota Divulgativa](#) y se acompaña de una amplia [tabulación](#). Asimismo, se han publicado los microdatos de esta operación, lo que permite profundizar en el estudio de otras partes de la encuesta que han quedado fuera de ese objetivo principal analizado por IECA. Concretamente, **SAETA realiza en este informe un análisis más detallado de los hábitos de viaje de los andaluces en los años inmediatamente anteriores a la pandemia** (2019 o 2018 si no se ha viajado en 2019). **Para la recuperación** del turismo en Andalucía tras la pandemia de COVID-19, **los mercados de proximidad van a ser claves**, y es por ello que, estudiar en profundidad el comportamiento del emisor andaluz, se convierte en una herramienta muy valiosa e indispensable.

La encuesta ha preguntado a la población andaluza por sus viajes personales (no profesionales), y ha indagado sobre las dimensiones más importantes del principal viaje realizado¹: duración, época del año en que se realizó, destino visitado, principal motivación, tipo de alojamiento, tipo de transporte utilizado y composición del grupo de viaje. También se ha recogido información sobre las características sociodemográficas y socioeconómicas de la población andaluza, variables que habitualmente se incluyen en las encuestas sociales del IECA.

¹ Viaje principal: a los informantes que hayan realizado más de un viaje personal se les ha pedido que, de esos viajes personales, recuerde el viaje principal, que sería aquel que ha durado un mayor número de noches o pernoctaciones. En el caso de que haya realizado varios viajes personales con la misma duración, se ha escogido aquel que haya supuesto un mayor gasto.

Principales resultados del análisis

Estos son, de forma muy sintética, **los principales hábitos de viaje de la población andaluza**:

1. El [tamaño del mercado](#): el 78,0% de la población andaluza (casi **4,95 millones de personas**) ha viajado recientemente por motivos personales (en 2019 o en el año 2018 si no viajó en 2019).
2. La población andaluza que ha viajado presenta unas [características sociodemográficas y socioeconómicas distintivas](#): es población más joven, con mayor presencia de ocupados y estudiantes y un mayor nivel de ingresos.
3. Para la gran mayoría de los que viajaron, [la principal motivación](#) para realizar este viaje fue disfrutar del tiempo de ocio, descanso o vacaciones (69,2%), mientras que para el 27,8% de la población consistió en una visita a familiares o amigos.
4. [Para los andaluces que no viajaron](#) (22,0% de la población andaluza; 1,39 millones de personas), **las razones financieras/económicas han sido el principal impedimento para viajar**, seguidas por otros motivos personales/privados (como problemas de salud, edad avanzada, etc.).
5. **Las características del principal viaje difieren bastante si se trata de un viaje de ocio o vacaciones que si es una visita a familiares o amigos**. Esto ocurre en la mayoría de las variables analizadas:
 - [DURACIÓN \(EN N° DE NOCHES\)](#): **los viajes cortos** (de 1 a 2 noches) y **los viajes más largos** (superiores a 15 noches) **son más frecuentes en las visitas a familiares o amigos** que en los viajes de ocio o vacaciones, predominando en estos últimos las estancias intermedias.
 - [ÉPOCA DEL AÑO](#): **los viajes se concentran en el verano**, sin importar cuál sea la motivación que subyace a ese viaje. **No obstante, la población que realiza visitas a familiares o amigos reparte mejor sus visitas a lo largo del año** que la población motivada por ocio o vacaciones (cuyos viajes están bastante más centrados en el tercer trimestre).

EL DESTINO VISITADO: la propia **Andalucía es el destino preferente** para los andaluces **cuando se trata de disfrutar del tiempo de ocio, descanso o vacaciones**, mientras que para los que visitan familiares o amigos, el destino preferente es “Otras CC. AA. de España” . Estos últimos también viajan al extranjero en mayor proporción que si el viaje es de ocio, influenciado por el carácter migratorio de la población andaluza.

EL DESTINO VISITADO EN VIAJES DE OCIO: Los residentes de Córdoba, Jaén y Sevilla (las tres provincias que no tienen costa) son los que más viajan por ocio a “Otra provincia de Andalucía” . Y la población de Huelva, Cádiz y Granada la que más viaja “En su misma provincia” . Además, estas tres últimas provincias son las que presentan un mejor reparto de su población entre las cuatro opciones de destino visitado (En su misma provincia; Otra provincia de Andalucía; Otra CC. AA. de España; Otro país).

CRITERIOS PARA ELEGIR EL DESTINO: el destino no se elige cuando se trata de una visita a familiares o amigos, sino que depende de dónde se encuentre la residencia de ese familiar/amigo. Por eso esta pregunta **solo tiene sentido para los viajes de ocio**, resultando que entre los tres criterios más importantes se encuentran, por este orden, “Explorar destinos nuevos” , “La relación calidad/precio” y “Preferir lo conocido” .

MOTIVACIÓN: solo para los viajes de ocio se puede desagregar la motivación principal en subcategorías o segmentos. Los resultados no sorprenden, el **Turismo de sol y playa, seguido por el Turismo cultural, son los segmentos más importantes**, ya que en conjunto motivan el principal viaje de ocio de tres de cada cuatro andaluces.

TIPO DE ALOJAMIENTO PRINCIPAL: en las **visitas a familiares o amigos**, es indiscutible el protagonismo de **la vivienda cedida** (el porcentaje de población que la usa asciende al 73,4%), **mientras que el alojamiento hotelero es la opción mayoritaria para** la población que ha realizado **viajes de ocio o vacaciones** (59,1%), situándose la vivienda alquilada como segunda opción más demandada (21,9%).

TIPO DE TRANSPORTE PRINCIPAL: el vehículo particular es la principal opción de transporte para el 65,2% de la población viajera. La siguiente opción más representativa es el avión (21,6%). Los resultados apuntan a que **el tipo de transporte utilizado en el principal viaje personal depende más de la distancia que hay que recorrer para llegar al destino que del motivo principal del viaje (ocio o visitas a familiares/amigos)**.

COMPOSICIÓN DEL GRUPO DE VIAJE: **la población andaluza que viaja lo hace principalmente acompañado**. Así, para los viajes de ocio la opción mayoritaria es ir acompañado de la pareja, mientras que, si el viaje consistió en una visita a amigos o familiares, comparten protagonismo las opciones de viajar con otros miembros de la familia y viajar con la pareja.

Población viajera y no viajera

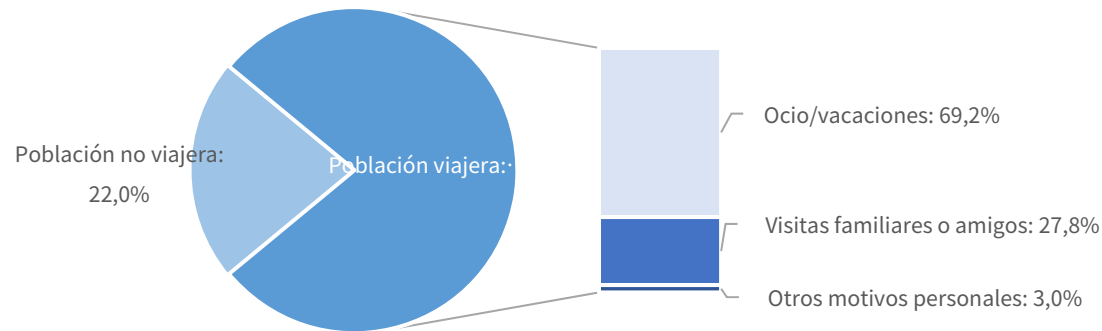
La “Encuesta Social 2020. Hábitos turísticos de la Población Andaluza” estudia a la población de entre 16 y 75 años que reside en viviendas familiares de Andalucía (6,3 millones de habitantes). De ellas, el 78,0% ha realizado al menos un **viaje por motivos personales** en el último año (en 2019 o en el año 2018 si no viajó en 2019), rozándose los 4,95 millones de andaluces.

Los viajes por motivos personales son desplazamientos que se realizan a otro municipio distinto del de residencia, pernoctando fuera del domicilio al menos una noche. Los viajes por motivos personales no incluyen viajes de trabajo o por motivos profesionales, sino que abarcan tres grandes categorías de motivaciones:

1. Viajes para disfrutar del tiempo de ocio, descanso o vacaciones.
2. Visitas a familiares o amigos.
3. Otros motivos personales (para realizar compras, por salud, religiosos o peregrinaciones, incentivos, ...)

De los 4,95 millones de andaluces que viajaron, para la gran mayoría (el 69,2%) **el principal viaje** que realizaron fue por motivos de ocio, descanso o vacaciones, para el 27,8% consistió en una visita a familiares o amigos, y para el 3,0% restante viajó por otras motivaciones personales.

Distribución de la población andaluza según haya realizado o no viajes y motivación del viaje principal



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Encuesta Social 2020. Hábitos turísticos de la Población Andaluza (IECA).

Puntos clave

- Sólo 3 de cada 4 andaluces de entre 16 y 75 años **han viajado recientemente por motivos personales (4,95 millones de andaluces)**.

- **Un tercio (el 33,4%) de la población viajera de Andalucía solo ha realizado un único viaje por motivos personales en 2019 o 2018.** El 40,9% ha realizado entre 2 y 4 viajes, y el 25,7% restante ha realizado 5 o más viajes.

DISFRUTAR DEL TIEMPO DE OCIO, DESCANSO O VACACIONES ES LA PRINCIPAL MOTIVACIÓN PARA QUE LA POBLACIÓN ANDALUZA HAGA UN VIAJE PERSONAL

Caract. sociodemográficas y socioeconómicas: pob. viajera vs no viajera

Puntos clave

Que la población andaluza pueda disfrutar de viajes y vacaciones es un factor importante de bienestar social y calidad de vida, por lo que resulta muy interesante estudiar si hay diferencias en el acceso a los viajes personales entre los diferentes estratos de la población. Para ello se introducen en el estudio **las principales características sociodemográficas y socioeconómicas de la población** recogidas en la encuesta.

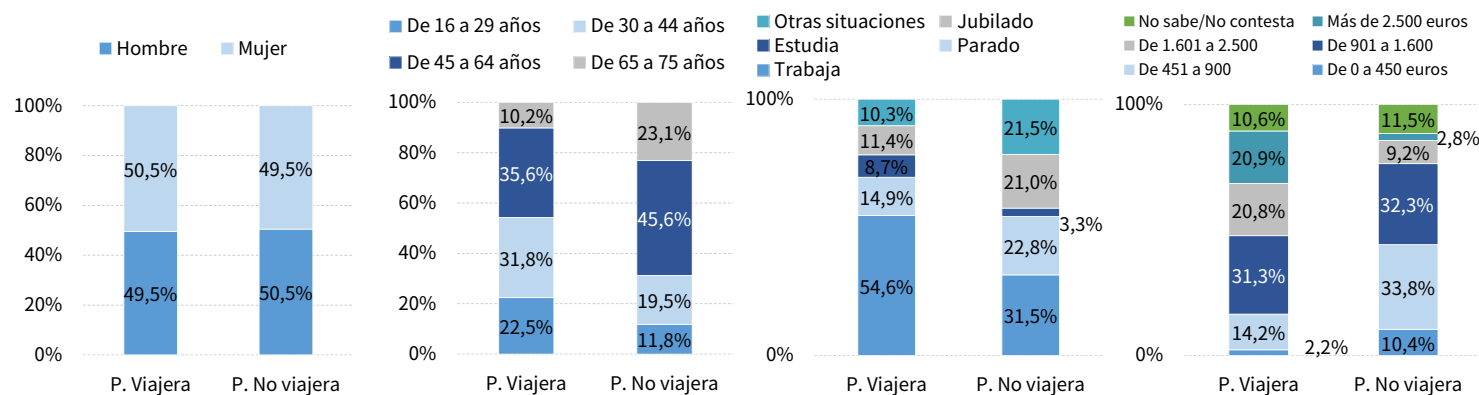
Al comparar la distribución por **sexo** de la población viajera con la de la población no viajera no se aprecian diferencias importantes: es un poco mayor la proporción de hombres entre la población no viajera (un punto porcentual). Las mayores divergencias se producen en la distribución por edades y, por ende, en la relación con la actividad (situación laboral): los grupos de más **edad** tienen menos peso en la población viajera que en la población no viajera (la población viajera de 45 o más años tiene un peso del 45,7% mientras que en la población no viajera este grupo de edad representa el 68,7% del total, hasta 23 puntos porcentuales más). La **situación laboral** refleja estas diferencias en la edad, siendo mayor el porcentaje de los que trabajan o estudian entre la población viajera que entre la no viajera, y complementariamente menor el porcentaje de parados, jubilados y población en otras situaciones de inactividad (tareas del hogar, incapacitados, voluntarios sin remuneración, etc.). También se aprecian importantes diferencias cuando se comparan las estructuras de **ingresos del hogar**: en la población viajera, los hogares con mayor nivel de ingresos (de 1.601 euros mensuales netos en adelante) representan el 41,7% del total, mientras que en la población no viajera solo el 12,0% de la población declara tener este nivel de ingresos.

- Cuando se tiene en cuenta la variable sexo, se comprueba que la **distribución es muy equitativa entre hombres y mujeres (50/50)**, tanto en la población viajera como en la no viajera.

- Hay ciertos grupos de población que tienen **más facilidad para efectuar viajes personales: población más joven y con mayor autonomía personal y económica.**

- Los resultados de este análisis ya evidencia la existencia de **factores personales que dificultan a la población el poder viajar**, como cargas familiares, problemas de salud ligados a la edad, falta de medios económicos o de tiempo, etc. Para concretar cuáles son esos impedimentos, la encuesta ha preguntado directamente a la población no viajera por los **motivos por lo que no realizó ningún viaje.**

Estructura de la población viajera y no viajera por sexo, edad, situación laboral y nivel de ingresos



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Encuesta Social 2020. Hábitos turísticos de la Población Andaluza (IECA).

Motivos por los que no realizó ningún viaje personal

El 22,0% de la población andaluza de entre 16 y 75 años no realizó ningún viaje por motivos personales en el último año (en 2019 o en el año 2018 si no viajó en 2019), lo que supone la cifra de 1,39 millones de andaluces.

Al preguntar por los motivos por los que no viajaron, los encuestados podían responder un máximo de dos motivos, contestando con un orden de importancia. En la siguiente tabla se puede observar que **las razones financieras/económicas se constituyen en el principal motivo para no viajar** en 2019 o 2018: el 40% de la población no viajera señaló este motivo. Le siguen, a bastante distancia, los motivos personales/privados (14,6%), así como la falta de tiempo y la preferencia por las vacaciones en casa, ambos con una cuota del 12,3%.

Cuando se examina la distribución del motivo secundario, el porcentaje más elevado le corresponde a la población que no contesta un segundo motivo (el 39,9%). Pero entre los que sí contestan, de nuevo, y con mucha diferencia, los motivos financieros/económicos es la respuesta más frecuente.

Distribución de la población andaluza no viajera según motivos por los que no viajó

Motivos por los que no realizó ningún viaje	Motivo principal	Motivo secundario
Motivos personales/privados (problemas de salud, edad avanzada, etc.)	14,6%	6,6%
Cuidado de familiares a su cargo	11,5%	6,9%
Razones financieras/económicas	40,0%	20,4%
Falta de tiempo para viajar	12,3%	7,8%
Falta de motivación para ir de viaje	5,0%	4,8%
Prefiere pasar las vacaciones en casa (domicilio habitual)	12,3%	6,3%
Otros	3,5%	7,3%
Prefiere no contestar	0,7%	39,9%
Total	100,0%	100,0%

Fuente SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Encuesta Social 2020. Hábitos turísticos de la Población Andaluza (IECA).

Puntos clave

- No es la falta de ganas o motivos para viajar lo que impidió a los andaluces efectuar un viaje por motivos personales en el último año (solo el 5% de la población que no viajó contestó esta opción, tanto en el motivo principal como en el secundario).

- Son las razones financieras/económicas el principal impedimento para viajar entre los andaluces, seguidas por otros motivos personales (problemas de salud, edad avanzada, etc.).

- El siguiente paso es indagar qué prioridad tiene el hacer viajes frente a otros tipos de bienes de consumo que no son de primera necesidad.

PARA UNA PARTE IMPORTANTE DE LA POBLACIÓN ANDALUZA VIAJAR ES UN BIEN DE LUJO: SE CONSUME CUANDO HAY SUFICIENTES RECURSOS, PRINCIPALMENTE ECONÓMICOS

Prioridad en el consumo de bienes: qué posición ocupan los viajes

En la encuesta se pregunta a toda la población, hayan viajado o no, por su prioridad a la hora de consumir una serie de bienes que no son de primera necesidad. La lista incluye cinco clases o categorías de estos bienes y los encuestados podían responder hasta un máximo de tres veces, ordenando las respuestas según su prioridad a la hora de consumir esos bienes. Sumando todas las respuestas dadas, se ha calculado la posición que ocupa cada bien en función del porcentaje que tiene en el total de respuestas.

Como se puede comprobar, son las **“Salidas de ocio en su ciudad”** el bien que ocupa la primera posición en la prioridad de consumo de los andaluces de bienes no básicos, mientras que los **“Viajes/vacaciones”** ocupan la cuarta posición, superando únicamente al consumo de otro tipo de hobbies.

Cuando se trata exclusivamente de las respuestas de la **población viajera**, los **“Viajes/vacaciones”** mejoran un puesto en el orden de prioridad, y **ascienden hasta la tercera posición**, pero las dos primeras opciones de consumo (**“Salidas de ocio en su ciudad”** y **“Complementos de moda y/o cuidado personal”**) permanecen sin apenas cambios, ni en peso ni en posición.

Comparativa de la priorización en el consumo de bienes no necesarios

	TODA LA POBLACIÓN		POBLACIÓN VIAJERA	
	Porcentaje	Posición	Porcentaje	Posición
Complementos de moda y/o cuidado personal (incluyendo también cualquier consumo relacionado con la práctica deportiva)	20,5%	2ª	20,7%	2ª
Salidas de ocio en su ciudad (comer en restaurantes, cines, teatros, espectáculos de música, etc.)	22,9%	1ª	23,8%	1ª
Viajes/vacaciones (al menos con una pernoctación fuera de su residencia habitual)	16,9%	4ª	18,8%	3ª
Otro tipo de hobbies (pintura, coser, música, etc.)	11,9%	5ª	11,7%	5ª
Tecnología (internet/wifi, teléfonos móviles, tabletas, videoconsolas, ordenadores personales, etc.)	17,5%	3ª	17,2%	4ª
Ninguna	10,2%		7,8%	
Total	100,0%		100,0%	

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Encuesta Social 2020. Hábitos turísticos de la Población Andaluza (IECA).

Puntos clave

- Los primeros puestos en el ranking de consumo de bienes no básicos le corresponden a las **“Salidas de ocio en su ciudad”** y a los **“Complementos de moda y/o cuidado personal”**.
- La posición de los **“Viajes/vacaciones”** mejora un puesto para la población viajera.
- El encuestado podía responder que no tenía ninguna prioridad a la hora de consumir los bienes de la lista (opción **“Ninguna”**). La comparativa de esta opción entre ambas poblaciones parece indicar que la población viajera está algo más dispuesta que la población total a consumir bienes no básicos, no solo viajes/vacaciones, en parte influido por las características socioeconómicas más favorables de este colectivo ([véase apartado anterior](#)).

Características del principal viaje por motivos personales

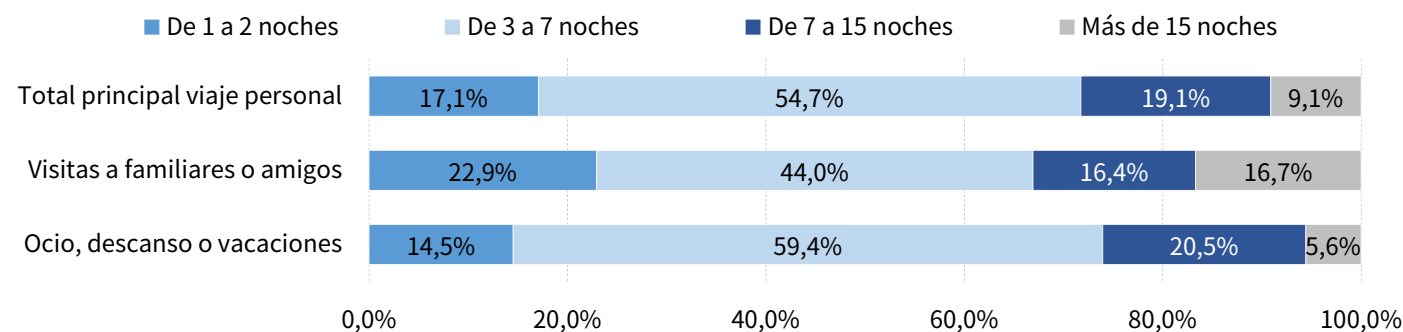
A partir de este punto, el análisis se centra en caracterizar **el principal viaje por motivos personales que la población andaluza ha realizado recientemente** (en 2019 o en el año 2018 si no viajó en 2019). Para ello se recuerda que, en los viajes personales, además de los viajes de ocio, descanso o vacaciones, se incluyen también las visitas a familiares o amigos y los viajes realizados por otros motivos personales (compras, salud, religiosos/peregrinaciones, incentivos, otros).

Lo más oportuno es **estudiar separadamente** las motivaciones principales "**turismo de ocio, descanso o vacaciones**" de "**las visitas a familiares o amigos**", pues ambas motivaciones dan lugar a viajes personales con características bastante diferentes. La tercera categoría de viajes (los realizados por otros motivos personales) se queda fuera del análisis debido al reducido nº de encuestas disponibles. Las dimensiones más importantes del principal viaje realizado que se han estudiado en la encuesta son: la duración del viaje, la época del año en que se realizó, el destino visitado, criterios para elegir destino, motivación, tipo de alojamiento, tipo de transporte y composición del grupo de viaje.

DURACIÓN (EN Nº DE NOCHES):

Para algo más de la mitad de la población viajera (54,7%), el principal viaje por motivos personales tuvo una duración comprendida entre las 3 y las 7 noches. Este porcentaje es mayor cuando ese viaje se realizó por motivos de ocio, descanso o vacaciones (59,4%) que si se trató de una visita a familiares o amigos (44,0%).

Distribución de la población viajera según la duración del principal viaje personal



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Encuesta Social 2020. Hábitos turísticos de la Población Andaluza (IECA).

Puntos clave

- Para 3 de cada 4 andaluces (74,0%) cuyo principal viaje personal fue por ocio o vacaciones, este viaje tuvo una duración de siete o menos noches.

- Los viajes cortos (de 1 a 2 noches) y los viajes más largos (superiores a 15 noches) son más frecuentes en las visitas a familiares o amigos que en los viajes de ocio o vacaciones.

- Para el total de la población viajera, la distribución según la duración del viaje principal se parece más a la de los que han viajado por ocio que a los que han realizado visitas a familiares o amigos, debido al mayor peso que los viajes de ocio tienen en el total de viajes personales (una cuota del 69,2%).

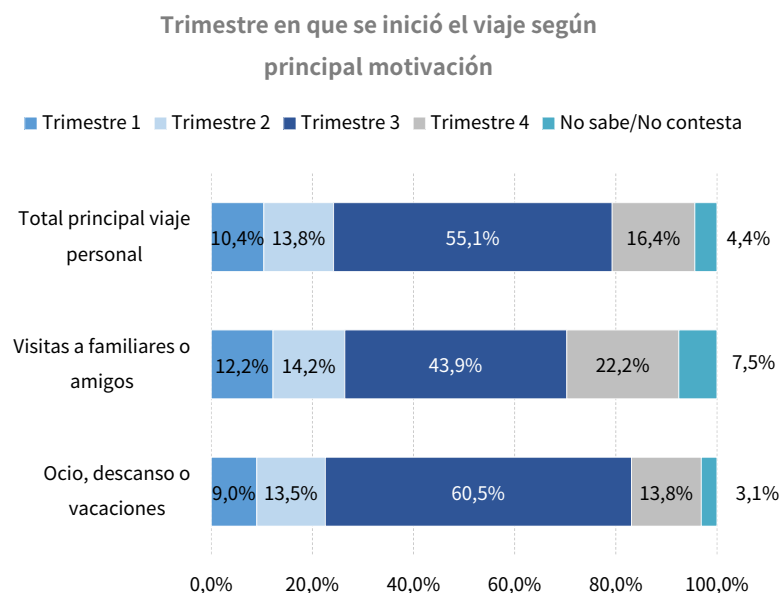
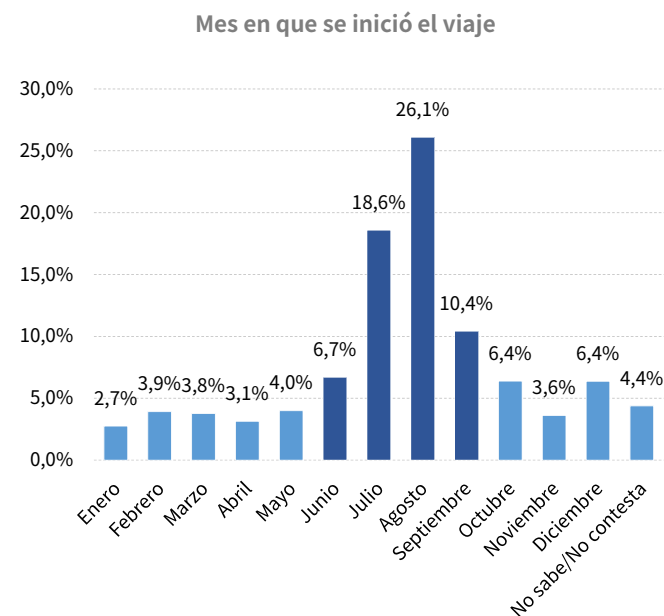
Características del principal viaje por motivos personales

ÉPOCA DEL AÑO:

Como era de esperar, julio y agosto son los meses preferentes para efectuar el principal viaje por motivos personales: el 44,7% de la población viajera ha iniciado su principal viaje personal en estos dos meses del año. Si el periodo se extiende a todos los meses del verano (de junio a septiembre), dicho periodo ha sido escogido por el 61,7% de población viajera.

Para estudiar por separado las dos motivaciones principales del viaje personal, es necesario agrupar los datos por trimestres. Se observa que el tercer trimestre es el preferido para iniciar el principal viaje personal, sin importar cuál sea la motivación que subyace a ese viaje.

Distribución de la población viajera según el momento en que se inició el principal viaje personal



Puntos clave

- Aunque para la población que realiza visitas a familiares o amigos el tercer trimestre es también el más importante (escogido por el 43,9% de la población que realiza este tipo de viajes), reparten mejor sus visitas a lo largo del año que la población motivada por ocio o vacaciones (cuyos viajes están bastante más centrados en el tercer trimestre).

- El cuarto trimestre también presenta un comportamiento diferente según sea la motivación principal del viaje: representa al 22,2% de la población que realiza visitas a familiares, pero solo al 13,8% de la población que realizan viajes de ocio o vacaciones, hasta 8 puntos porcentuales menos.

LOS VIAJES SE CONCENTRAN EN EL PRINCIPAL PERIODO DE VACACIONES DE LOS ANDALUCES: EL VERANO

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Encuesta Social 2020. Hábitos turísticos de la Población Andaluza (IECA).

Características del principal viaje por motivos personales

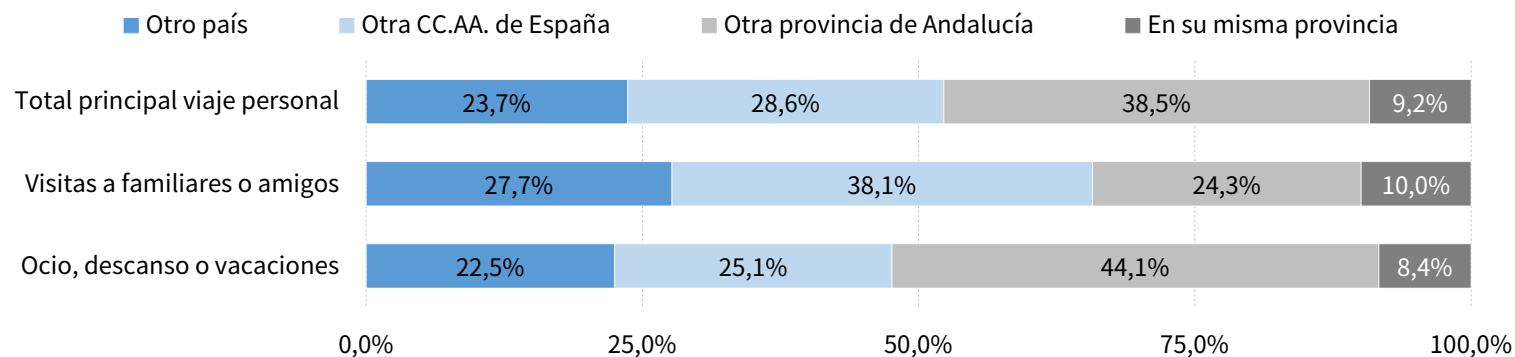
EL DESTINO VISITADO:

El 47,7% de la población viajera ha visitado la propia Andalucía en su principal viaje personal realizado el año anterior. Mientras que sólo el 23,7% de dicha población ha viajado a un país extranjero.

No obstante, este resultado general está compensando dos comportamientos diferenciados según sea la motivación del principal viaje personal efectuado, tal y como se aprecia en el siguiente gráfico. Así, para el principal viaje de ocio o vacaciones, los andaluces prefieren la propia Andalucía (el porcentaje asciende al 52,4%), mientras que este porcentaje solo alcanza el 34,3% (18 p. p. menos) para los que visitan familiares o amigos, siendo el destino preferente para estos últimos “Otras CC. AA. de España” .

Revelador que los porcentajes de población viajera que tienen como destino del viaje principal el extranjero u otra CC. AA. de España sean más bajos para aquellos cuya motivación principal fue el ocio, que para los que realizan visitas a familiares o amigos, influenciado por el carácter migratorio de la población andaluza².

Distribución de la población viajera según el destino visitado en el principal viaje personal



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Encuesta Social 2020. Hábitos turísticos de la Población Andaluza (IECA).

² La población nacida en Andalucía y residente en el resto de España a 1 de enero de 2020 fue de 1.363.863 personas (el 16,0% del total de nacidas en Andalucía). La mayoría de estos andaluces nacieron en Jaén (20,9%), Córdoba y Granada (ambas con un 17,1%). También a esta fecha residían en el extranjero 300.535 personas con nacionalidad española inscritos en algún municipio andaluz en las oficinas consulares, de ellas 101.257 habían nacido en Andalucía.

Puntos clave

- La propia Andalucía es el destino preferente para los andaluces cuando se trata de disfrutar del tiempo de ocio, descanso o vacaciones: su propia tierra dispone de todos los atractivos que buscan en un destino para hacer turismo.

- El destino visitado no se elige cuando se trata de una visita a familiares o amigos, sino que depende de dónde se encuentre la residencia de ese familiar/amigo.

- El siguiente paso es indagar si, para los viajes de ocio o vacaciones, existen diferencias en el destino visitado según sea la provincia de residencia del encuestado.

Características del principal viaje por motivos personales

EL DESTINO VISITADO EN VIAJES DE OCIO:

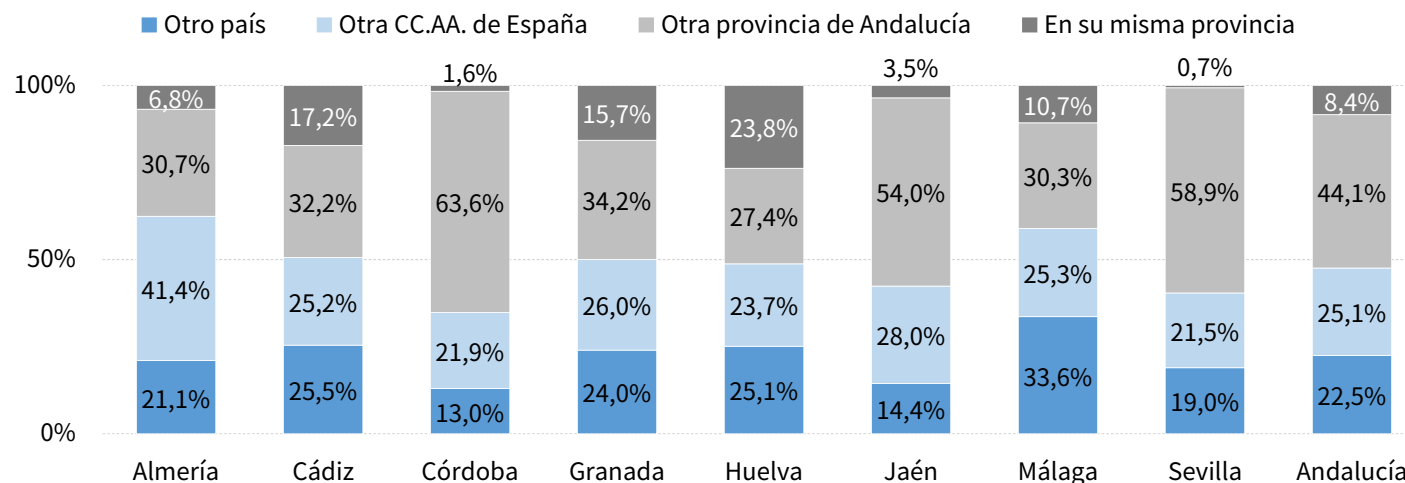
En comparación con el resto de provincias de Andalucía, **los residentes en Málaga** son los andaluces que en mayor proporción han visitado un **“Otro país”** en su principal viaje de ocio o vacaciones reciente (2019 o 2018 si no viajó en 2019), concretamente uno de cada tres malagueños.

La población de **Almería es la que viaja**, comparativamente, en mayor proporción a **“Otra CC. AA. de España”** (41,4%), la población de ninguna otra provincia andaluza llega a alcanzar el 30% en este destino.

Los residentes de **Córdoba, Jaén y Sevilla** son los que más viajan, con diferencia, a **“Otra provincia de Andalucía”**, curiosamente las tres provincias de Andalucía que no tienen costa.

Los porcentajes de población más elevados que viajan **“En su misma provincia”** los encontramos en **Huelva, Cádiz y Granada**. No obstante, los resultados de esta categoría de destino visitado hay que tomarlos con mucha cautela, pues el nº de observaciones del que se ha obtenido es muy bajo en algunas provincias.

Distrib. de la población viajera según provincia de residencia y destino visitado en el principal viaje de ocio



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Encuesta Social 2020. Hábitos turísticos de la Población Andaluza (IECA).

Puntos clave

- Las tres provincias sin costa (Córdoba, Jaén y Sevilla) **son las que presentan una peor distribución de su población entre los cuatro destinos analizados**: más de la mitad de su población ha escogido visitar otra provincia de Andalucía en su principal viaje de ocio o vacaciones.
- Por el contrario, la provincia de **Huelva**, seguida de las de **Cádiz y Granada**, **son las que presentan un mejor reparto** de su población entre las cuatro opciones de destino visitado (**la mitad de su población han viajado dentro de Andalucía y la otra mitad fuera de ella**).

Características del principal viaje por motivos personales

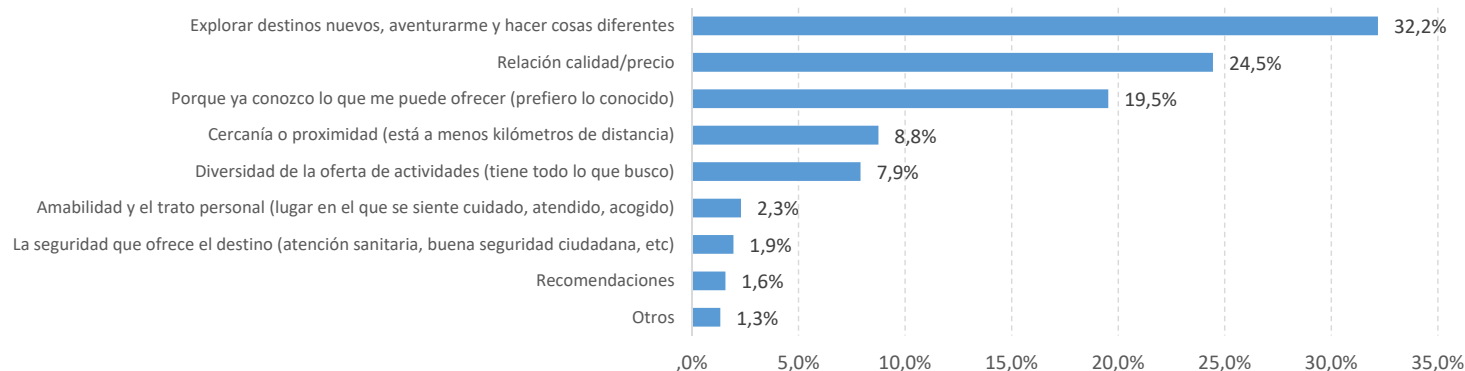
CRITERIOS PARA ELEGIR EL DESTINO:

Se le pregunta a los encuestados por cuál fue el criterio más importante a la hora de elegir el destino del principal viaje personal efectuado. Esta pregunta solo la contestan aquellos que NO han usado una vivienda en propiedad, cedida por familiares o amigos, o viviendas de uso compartido (multipropiedad) como alojamiento principal durante ese viaje, al considerar que los que han usado estos alojamientos son viajeros cautivos, estando el destino de su viaje determinado por la ubicación del alojamiento.

Al filtrar esta población viajera cautiva, se ha eliminado a un 12,1% de los viajeros de ocio y a un 78,2% de la población que visitó a familiares o amigos, debido a la mayor predisposición de esta población a alojarse en viviendas cedidas. Este filtro ha reducido en exceso la muestra de visitas a familiares o amigos, por lo que la elección del destino solo se analiza para los viajes de ocio, descanso o vacaciones.

Los resultados son: para casi un tercio de la población (32,2%), la elección del destino del principal viaje personal de ocio se fundamentó en la “exploración de destinos nuevos, la necesidad de vivir aventuras o de hacer actividades diferentes” . La cuarta parte (el 24,5%) escogió el destino basándose en su “Relación calidad/precio” , mientras que otra quinta parte (el 19,5%) prefirió un destino ya conocido.

Distrib. de la población viajera según criterios de elección del destino del principal viaje personal de ocio



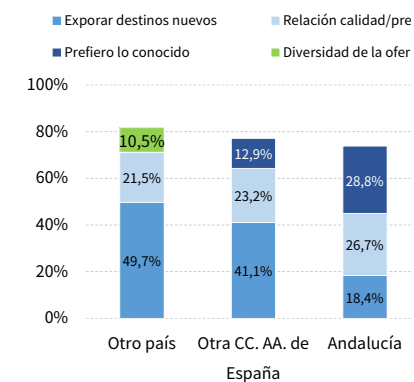
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Encuesta Social 2020. Hábitos turísticos de la Población Andaluza (IECA).

Puntos clave

- Es destacable que aparezcan los dos extremos entre los tres criterios más importantes: **lo desconocido/nuevo (32,2%) versus lo conocido (19,5%)**.

- **Las razones económicas también tienen un peso importante** para los andaluces a la hora de elegir el destino de sus viajes de ocio: no se trata de escoger la alternativa más barata, sino la que más ofrece por el precio que se paga.

- Según el destino finalmente elegido, los mismos tres criterios siguen siendo los principales en su elección, salvo si el viaje es a otro país, apareciendo la “Diversidad de la oferta” como 3^{er} motivo, sustituyendo a “Prefiero lo conocido” , como era de esperar.



Características del principal viaje por motivos personales

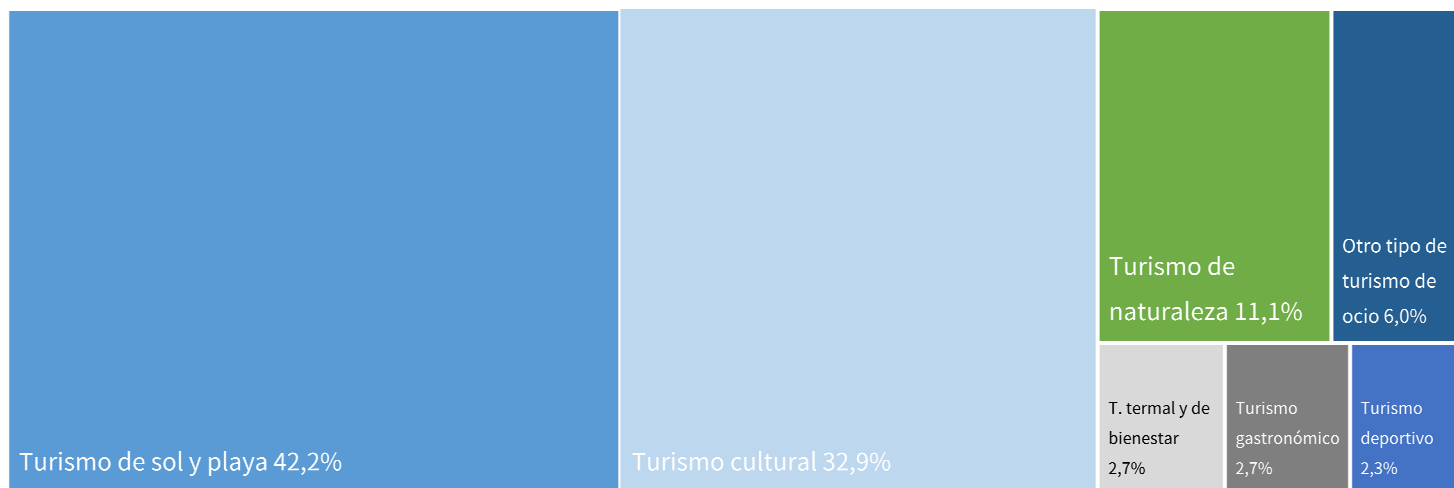
MOTIVACIÓN:

Para el principal viaje personal realizado por ocio, descanso o vacaciones, la encuesta permite también desagregar en subcategorías esta motivación, distinguiendo distintos tipos de viajes o segmentos turísticos.

Los resultados se muestran en el siguiente gráfico, donde se puede apreciar que **las motivaciones más importantes** para que la población viajera de Andalucía haya efectuado un viaje de ocio son el poder **disfrutar de las playas y del clima** (Turismo de sol y playa: 42,2% de la población) y aquellos viajes cuyo propósito ha sido **conocer los aspectos culturales que ofrece el destino** (Turismo cultural: 32,9% de la población).

Tras estas finalidades mayoritarias, le siguen a distancia el Turismo de naturaleza, con una cuota sobre el total de la población viajera por ocio del 11,1% y Otro tipo de turismo de ocio (6,0%), que incluye los viajes de ocio que no pueden clasificarse en ninguna de las otras subcategorías, como los realizados para asistir a ferias a título particular (de moda, libros, cine, etc.), a fiestas patronales, a grandes eventos, etc.

Distribución de la población viajera según la motivación del principal viaje personal de ocio



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Encuesta Social 2020. Hábitos turísticos de la Población Andaluza (IECA).

Puntos clave

- Los resultados no sorprenden, se mantiene la distribución clásica de segmentos: el **Turismo de sol y playa, seguido por el Turismo cultural** son los segmentos más importantes, **en conjunto motivan el principal viaje de ocio de tres de cada cuatro andaluces.**
- También, y como cabría esperar, **los segmentos minoritarios** son el Turismo termal y de bienestar, el Turismo gastronómico y el Turismo deportivo, todos ellos con unas **cuotas similares e inferiores al 3%.**

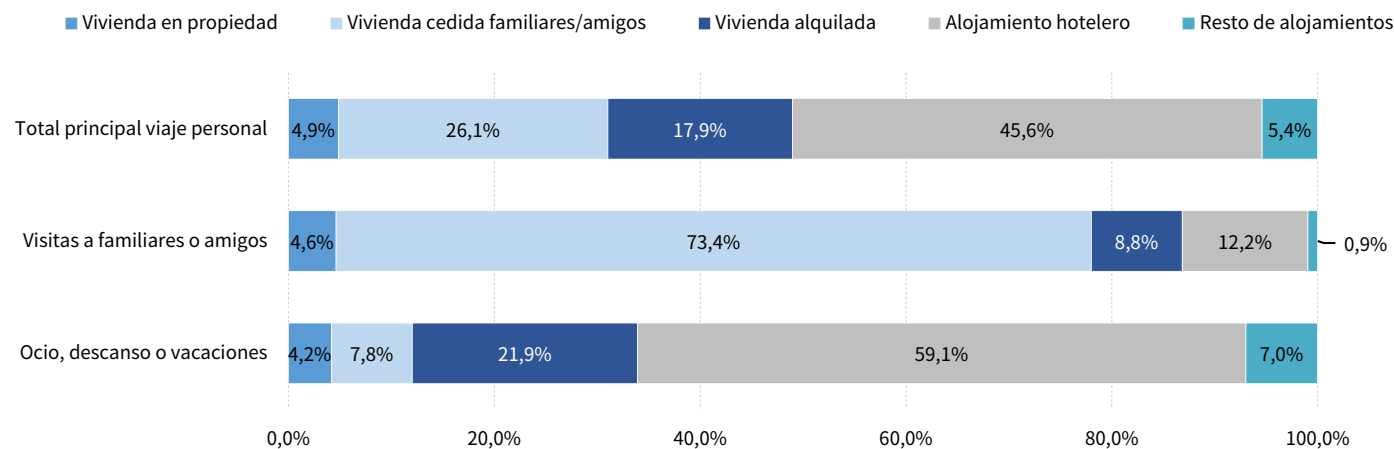
Características del principal viaje por motivos personales

TIPO DE ALOJAMIENTO PRINCIPAL:

El 45,6% de la población viajera utilizó como principal opción de alojamiento³ un establecimiento hotelero en su viaje personal. La siguiente opción más representativa es el alojamiento en viviendas cedidas por familiares o amigos, escogida por el 26,1% de dicha población.

Tal y como se puede apreciar en el siguiente gráfico, este resultado general está compensando dos comportamientos de alojamiento muy diferentes según sea la motivación del principal viaje personal efectuado. Así, cuando se trata de visitas a familiares o amigos, es indiscutible el protagonismo de la vivienda cedida (el porcentaje de población asciende al 73,4%), mientras que el alojamiento hotelero es la opción mayoritaria para la población que ha realizado viajes de ocio o vacaciones (59,1%), situándose la vivienda alquilada como segunda opción más demandada (21,9%).

Distribución de la población viajera según el tipo de alojamiento utilizado en el principal viaje personal



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Encuesta Social 2020. Hábitos turísticos de la Población Andaluza (IECA).

³ Dado que un viajero puede usar más de un tipo de alojamiento durante su principal viaje personal, a los encuestados se les ha pedido que den información sobre el alojamiento principal, que será aquel en el que pernoctó un mayor número de noches. Si se ha pasado el mismo número de noches en dos tipos de alojamiento distintos, se considerará principal aquel en el que se haya alojado durante su estancia en el destino principal. En último caso, se considerará principal aquel que haya supuesto un mayor gasto.

Puntos clave

- Los **alojamientos de mercado** o alojamientos de pago es la opción escogida por el **81% de la población** andaluza cuyo principal viaje personal fue un **viaje de ocio o vacaciones**,

- Sin embargo, los **alojamientos no de mercado** o alojamientos no de pago han sido los utilizados por el **78% de la población** andaluza cuyo principal viaje personal fue una **visita a familiares o amigos**.

- La distribución del total de la población viajera según el tipo de alojamiento utilizado presenta un mayor peso de los alojamientos de mercado o alojamientos de pago debido al mayor peso que tienen los viajes motivados por el ocio en el total de viajes personales (una cuota del 69,2%).

Características del principal viaje por motivos personales

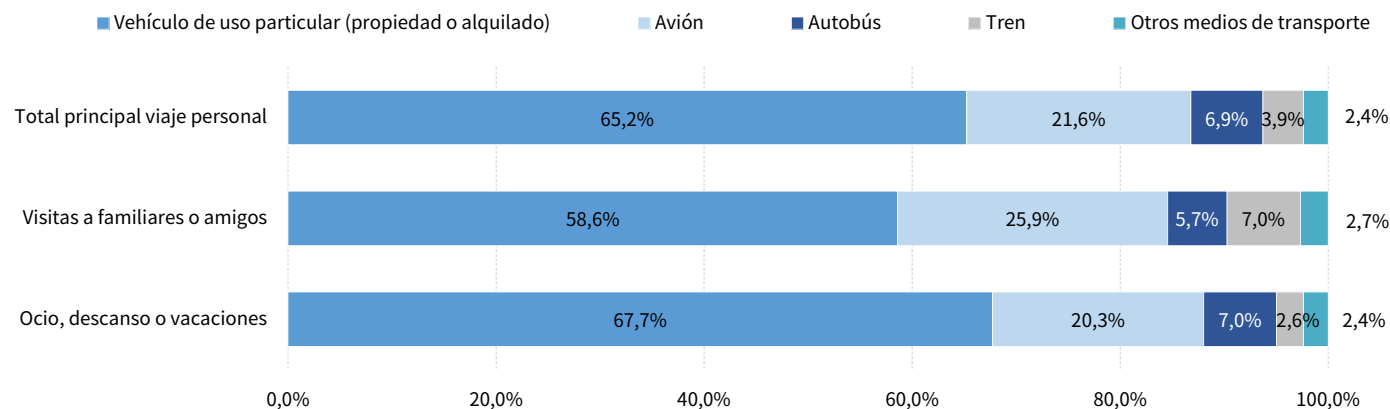
TIPO DE TRANSPORTE PRINCIPAL:

El 65,2% de la población viajera utilizó como principal opción de transporte⁴ un vehículo particular en propiedad o alquilado (coches, furgonetas, autocaravanas y caravanas) en su viaje personal. La siguiente opción más representativa es el avión, escogido por el 21,6% de dicha población.

Tal y como se puede apreciar en el siguiente gráfico, existen diferencias en el uso de un medio de transporte u otro según sea la motivación del principal viaje personal efectuado. Así, cuando se trata de visitas a familiares o amigos, aunque el vehículo de uso particular es también la principal opción de transporte, es mayor el porcentaje de población que utiliza el avión (25,9% frente al 20,3% cuando el viaje es de ocio). lo que está en consonancia con el menor número observado de personas que han visitado el extranjero u otra CC. AA cuando se trata de viajes de ocio. (véase el apartado [DESTINO VISITADO](#))

Otra categoría para la que existe una diferencia significativa es el tren. Esta es una opción de transporte para el 7% de la población que ha realizado visitas a familiares o amigos, pero sólo la ha utilizado el 2,6% de la población que realiza viajes de ocio.

Distribución de la población viajera según el tipo de transporte utilizado en el principal viaje personal



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Encuesta Social 2020. Hábitos turísticos de la Población Andaluza (IECA).

⁴Dado que un viajero puede usar más de un tipo de transporte para alcanzar el destino de su principal viaje personal o si el viaje tiene varios destinos y se utiliza más de un medio de transporte para ir de uno a otro, a los encuestados se les ha pedido que den información sobre el transporte principal, que será aquel con el que se recorrió una mayor distancia. En el caso particular de que se haya empleado un medio de transporte para el viaje de ida y otro distinto para el de vuelta (misma distancia), se considera principal el medio de transporte que haya resultado más caro.

Puntos clave

- Los resultados apuntan a que **el tipo de transporte utilizado** en el principal viaje personal **depende más de la distancia que hay que recorrer para llegar al destino** que del motivo principal del viaje (ocio o visitas a familiares/amigos).
- Para confirmarlo se ha realizado el cruce del tipo de transporte con el destino visitado, comprobándose que **el vehículo particular es la opción casi exclusiva cuando el principal viaje personal se realiza dentro de Andalucía** (usado por más del 90% de la población).
- **El avión es el medio de transporte predominante cuando el destino del principal viaje personal es el extranjero** (utilizado por el 65% de la población que viajó a otro país).
- Mientras que **el tren es una tipología utilizada principalmente cuando el viaje se realizó a otra CC. AA. de España** (opción escogida por el 10,7% de la población que viajó a este destino). El uso del tren para acceder a otros tipos de destinos es muy bajo o prácticamente inexistente.

Características del principal viaje por motivos personales

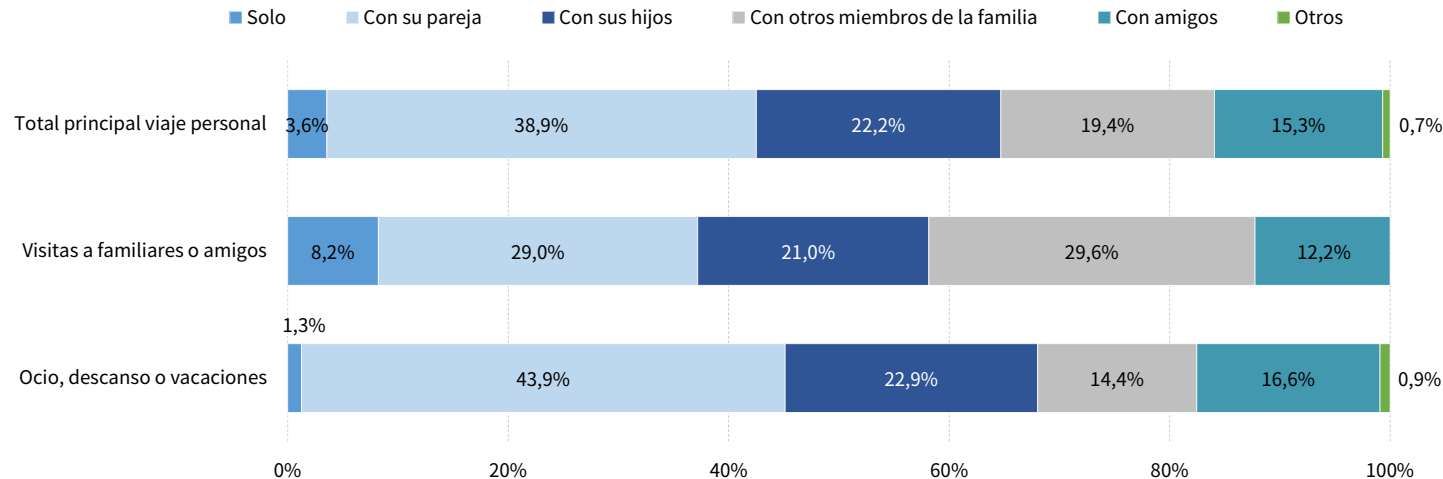
COMPOSICIÓN DEL GRUPO DE VIAJE:

Se les preguntó a los encuestados por quién los acompañó en su principal viaje personal, y podían responder las opciones necesarias para describir el grupo de personas con quienes compartió el viaje. Con todas las respuestas se ha elaborado un conjunto de respuesta múltiple, y se ha estudiado si existen diferencias según sea la motivación principal del viaje.

Así se comprueba que para los viajes de ocio, descanso o vacaciones la opción que abarca un mayor nº de respuestas es ir acompañado de la pareja (43,9%), mientras que, si el viaje consistió en una visita a amigos o familiares, comparten protagonismo las opciones de viajar con otros miembros de la familia y viajar con la pareja, ambas con un porcentaje de respuesta en torno al 29%.

Ir acompañados de los hijos obtiene porcentajes de respuesta muy parecidos en ambos tipos de viaje, mientras que viajar solo es una opción que prácticamente solo tiene cabida si se trata de visitas a familiares o amigos.

Distribución de la población viajera según la composición del grupo en el principal viaje personal



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Encuesta Social 2020. Hábitos turísticos de la Población Andaluza (IECA).

Puntos clave

- Los resultados de esta variable indican que para **la población andaluza que viaja lo hace principalmente acompañado**. Viajar “Solo” adquiere algo más de relevancia cuando se trata de visitas a familiares o amigos, porque una vez que se llegue al destino sí se va a estar acompañado.

PARECE QUE LA EXPERIENCIA DE VIAJAR MEJORA SI SE PUEDE DISFRUTAR EN COMPAÑÍA

El impacto de la pandemia COVID-19 en los hábitos turísticos de los andaluces

Llegados a este punto, y a fin de que el lector pueda comprobar cómo han cambiado los hábitos viajeros de la población andaluza de un año considerado “normal” (panorámica ofrecida en este informe) con su comportamiento en el año de la pandemia, se recogen en este apartado las principales conclusiones del análisis realizado por IECA. Se puede ampliar esta información consultando todos los resultados publicados en el siguiente enlace: <https://www.ieca.junta-andalucia.es/encsocial/2020-turismo/index.htm>

PRINCIPALES CONCLUSIONES:

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**.