



# Turismo de interior en Andalucía

**Año 2021**

Demanda Turística en Andalucía. Segmentos turísticos



## TURISMO DE INTERIOR EN ANDALUCÍA. AÑO 2021

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

NPU-1-10-220054-PDF

Formulario de contacto:

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

### ELABORA

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

C/ Compañía, nº 40

29008, Málaga

T. 951 299 300 Fax. 951 299 365

Correo e.: saeta@andalucia.org

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

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

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

# Índice de contenidos

---

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

## 00. Introducción

---

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

Algunos de estos segmentos se monitorizan de manera más continua, dada su importancia para el destino andaluz y la disponibilidad de recursos (de información y técnicos) para poder investigarlos. Este es el caso del turismo de interior, que se analiza anualmente a partir de una explotación específica de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA), del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA). Esta encuesta ha contado durante 2021 con 1.585 entrevistas a turistas que han visitado el interior andaluz y que han servido como muestra para analizar este segmento.

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

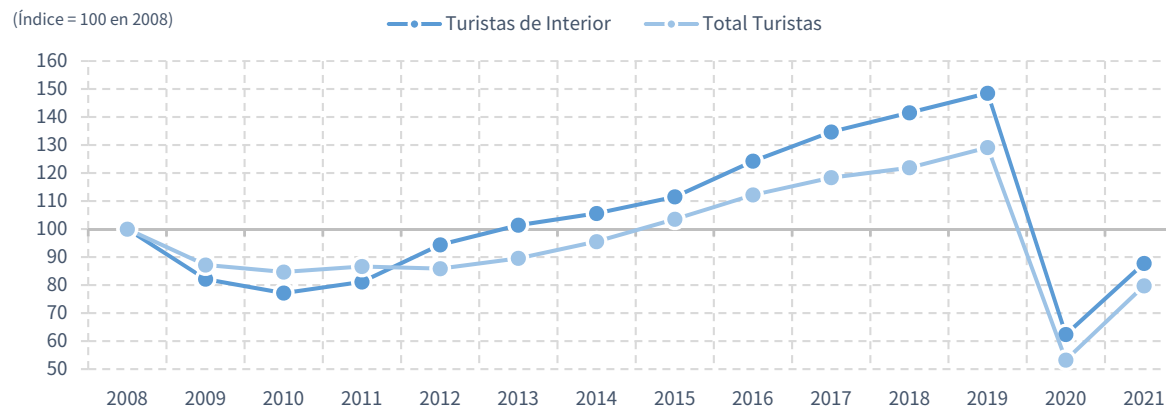
# 01. ¿Cuántos turistas son y cómo han evolucionado?

## BALANCE DEL AÑO 2021 Y EVOLUCIÓN

Se estima que el interior<sup>1</sup> de Andalucía ha recibido en 2021 un total de **3,89 millones de turistas**, lo que supone, una vez actualizadas las estimaciones correspondientes a 2020, que **el turismo de interior ha aumentado a una tasa del +40,8%**, por debajo del crecimiento del total de turistas (+49,8%). Este incremento interanual, aunque importante, no ha sido suficiente para recuperar el nivel pre-pandemia, pues aún se está un -40,9% por debajo de la cifra registrada en 2019 (6,58 millones de turistas de interior).

El turismo de interior llevaba creciendo de forma ininterrumpida desde el año 2011, lo que le ha permitido recuperarse de los importantes descensos registrados en el intervalo 2008-2010. Además, en seis de los nueve años con resultados positivos para esta tipología turística del intervalo 2011-2019, el turismo de interior ha registrado mayores crecimientos que los del total de turismo recibido en Andalucía. Incluso en el atípico año 2020, los turistas de interior evolucionaron algo mejor que el conjunto de turistas.

## Evolución del turismo de Andalucía por área geográfica visitada. Años 2008-2021



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

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

## Puntos clave

- Varias fueron las claves que favorecieron un mejor desempeño del turismo de interior en 2020, tras la irrupción de la COVID-19:

- La menor densidad poblacional del interior andaluz permite un tipo de turismo alejado de las aglomeraciones de personas, lo que facilitó a estos turistas cumplir con el distanciamiento social.
- Ofrece la posibilidad de realizar ocio y esparcimiento en entornos al aire libre, espacios considerados más saludables.
- El interior de Andalucía dispone de una buena conectividad por carretera, lo que facilita el uso del vehículo particular, el medio de transporte percibido como más seguro durante la crisis sanitaria.
- Su menor dependencia de la demanda extranjera, la que más descendió por las restricciones impuestas a los viajes.

- Durante la primera mitad del año 2021, la evolución de la pandemia, con una tercera y cuarta ola de contagios, ha requerido un mantenimiento de las medidas de contención, así que la recuperación turística ha sido más lenta de lo que se esperaba. La demanda nacional comienza a reactivarse a partir de junio (final del estado de alarma) y la extranjera bien entrado el verano.

## 02. Aspectos diferenciales del turismo de interior

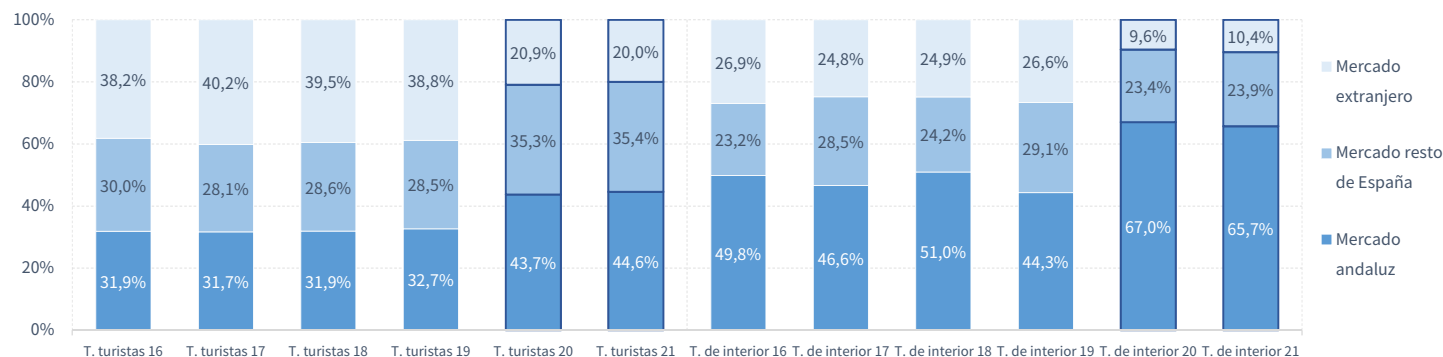
### 1. LOS PROPIOS ANDALUCES SON LOS PRINCIPALES EMISORES DE ESTA TIPOLOGÍA TURÍSTICA

Tradicionalmente, la gran mayoría de los y las turistas que visitan el interior de Andalucía proceden del territorio español, siendo el mercado andaluz el principal emisor nacional de este segmento, aportando cada año en torno a la mitad del turismo de interior. Por el contrario, el turismo extranjero es la procedencia con menos representación en el turismo de interior de la región.

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

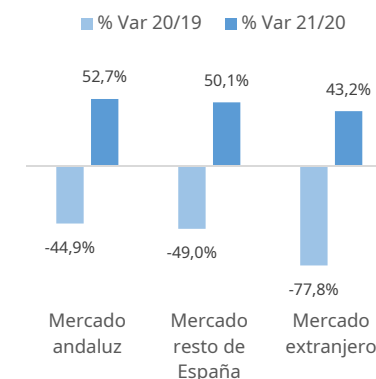
En el gráfico se aprecia claramente que **las distribuciones de turistas por procedencia registran un importante cambio tras la irrupción de la crisis sanitaria provocada por el coronavirus, tanto en el turismo de interior como en conjunto del turismo de Andalucía**, disminuyendo, tanto en 2020 como en 2021, la participación del turismo internacional de forma notable a favor de los mercados de proximidad (andaluz y del resto de España). En el caso del turismo de interior, ha sido el emisor andaluz el que ha ganado todo el protagonismo.

### Distribución porcentual turistas por procedencia. Total turismo y turismo de interior. Años 2016-2021



### Puntos clave

- Para el total de turistas recibido en Andalucía, **el turismo que procede del extranjero** se ha visto más afectado por las restricciones impuestas para el control de la pandemia, tanto en 2020 como en 2021: ha sido el emisor que **ha registrado la mayor caída en 2020 (-77,8%)** y el menor crecimiento una vez iniciada la recuperación (+43,2%).



- Este mayor impacto de la pandemia en el mercado extranjero ha desequilibrado las cuotas o pesos que cada procedencia presentaba de forma habitual, tanto en el total de turismo como en el turismo de interior.

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

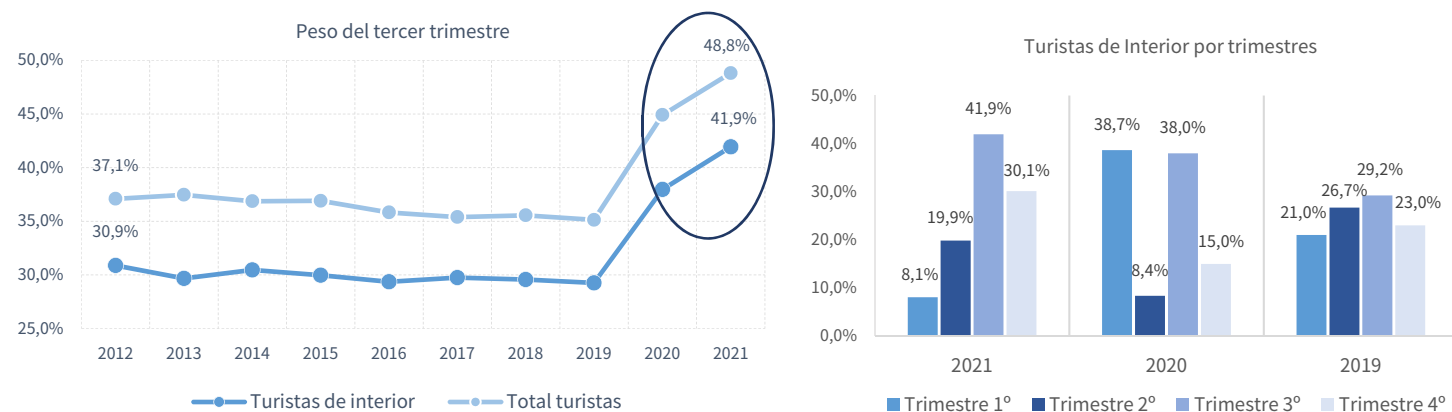
## 02. Aspectos diferenciales del turismo de interior

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

En contraste con la distribución anual del total de turismo recibido en Andalucía, **el turismo de interior** reparte de forma más uniforme sus [visitas a lo largo del año](#): en el primer gráfico se puede apreciar que **presenta una menor concentración en el tercer trimestre**, siendo esta proporción, año tras año, entre 5,5 y 7,5 puntos porcentuales inferior a la que registra el total del turismo recibido en ese mismo trimestre, incluso en los años 2020 y 2021.

Ahora bien, la irrupción de **la pandemia de COVID-19 y las medidas impuestas** para su contención **han alterado la distribución anual del turismo de interior significativamente**. En el año 2020, la actividad turística se interrumpió desde mitad del mes de marzo y durante la mayor parte del segundo trimestre, con confinamiento de la población y cierre de fronteras; se reanudó en el tercer trimestre, si bien la extensión de los rebotes de coronavirus obligó a imponer de nuevo restricciones a los viajes en el cuarto trimestre. En 2021, la crisis sanitaria continúa afectando a la evolución del turismo, y la actividad no repunta hasta la finalización del estado de alarma en el mes de mayo y la generalización de las vacunas. El segundo gráfico ilustra el impacto de la pandemia en el reparto anual del turismo de interior.

### Distribución porcentual de turistas por trimestres. Total turismo y turismo de interior. Años 2012-2021



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

### Puntos clave

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

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

## 02. Aspectos diferenciales del turismo de interior

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

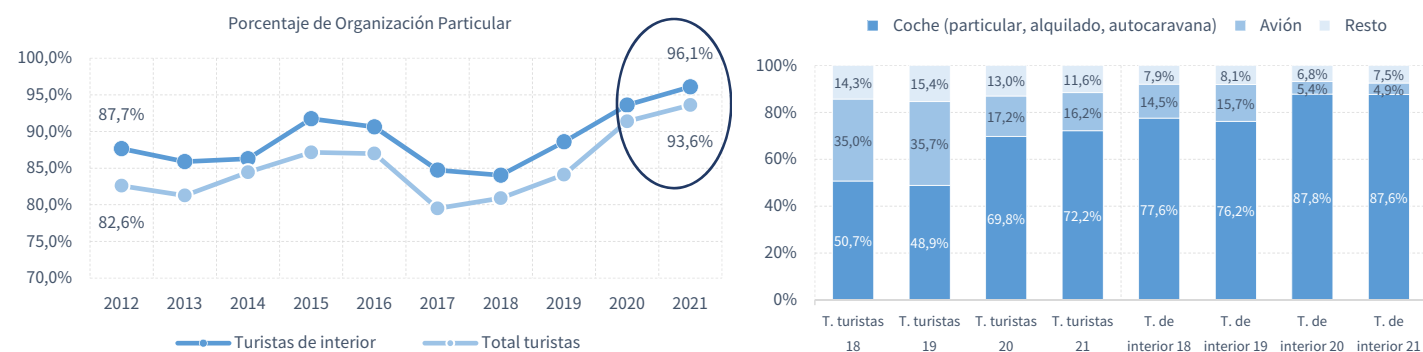
Un año más, los y las turistas de interior realizan un mayor uso de la [organización particular de viaje](#) (96,1%) que los y las turistas que visitaron el conjunto de Andalucía (93,6%). En este segundo año de pandemia, se ha vuelto a registrar un incremento respecto a las cifras del año anterior, no tan intenso como el registrado en 2020, pero que elevan ambas cifras a su mayor nivel de los últimos diez años. También se aprecia que **los porcentajes de turistas que organizan por sí mismos sus viajes siempre son más mayores entre los turistas de interior e**, incluso con pandemia, se mantiene esta característica diferencial del segmento de interior frente al total de turistas.

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

En 2021 sigue siendo muy elevado el [uso del coche](#) (propio, alquilado o autocaravana) en detrimento principalmente del uso del avión, tanto en el turismo de interior, pero sobre todo en el total de turismo, donde incluso ha seguido aumentando tras el fuerte incremento registrado en 2020. No obstante, el uso del coche ha sido muy superior en el turismo de interior (87,6 % frente a 72,2% para el conjunto del turismo de Andalucía).

## Organización particular del viaje y medio de transporte. Total turismo y turismo de interior.

### Años 2012-2021



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

## Puntos clave

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

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

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

## 02. Aspectos diferenciales del turismo de interior

### 5. ESTANCIAS MÁS CORTAS EN EL DESTINO

Para el año 2021, se ha estimado en 4,6 días la [estancia media](#) en Andalucía de los y las turistas que visitan el interior de la región, una permanencia que, año tras año, se sitúa por debajo de la media del total turistas (6,9 días). Respecto al año 2020, esta estancia ha descendido ligeramente, un retroceso menor que el registrado para el conjunto del turismo (-1 día). En el gráfico se observa que es a partir de 2012 cuando la estancia en el destino andaluz de los y las turistas de interior crece de forma rápida e ininterrumpida, acortando distancias con la del total de turistas que visita la región. Sin embargo, su evolución a partir del año 2016 la devuelve a un nivel más parecido al que habitualmente había tenido (en torno a los 5 días).

### 6. REALIZABA UN GASTO MEDIO DIARIO EN EL DESTINO MAYOR

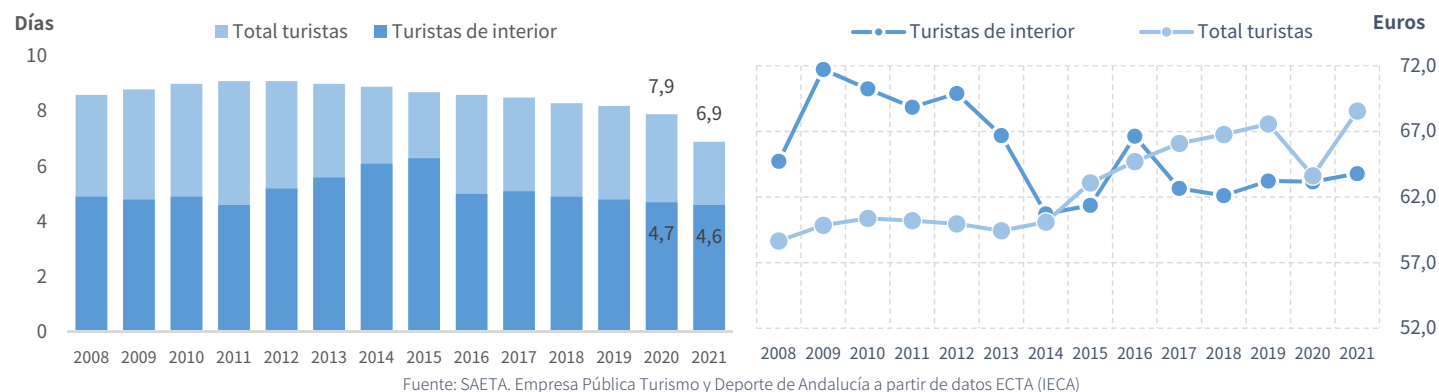
Los y las turistas de interior han realizado en 2021 un desembolso medio diario en el destino de 63,79 euros, inferior al realizado por el total de turistas (68,55 euros). Pero no siempre fue así: en el gráfico se puede ver que, durante años, el gasto medio diario en destino de este segmento turístico superaba ampliamente al del conjunto del turismo, pero los descensos en los años 2010 a 2014 produjeron un acercamiento entre ambos niveles de gasto, perdiéndose así esta característica distintiva del turismo de interior. A partir de 2015, aunque se han registrado crecimientos en el [gasto medio diario](#) de los y las turistas de interior, no ha sido suficiente para recuperar esta peculiaridad del segmento.

## Puntos clave

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

- Sin embargo, la crisis sanitaria sí parece haber ejercido un efecto diferencial en el **gasto medio diario del turismo de interior**. Así, mientras que el desembolso medio diario de esta tipología turística ha registrado pequeñas variaciones en 2020 y 2021 respecto al nivel pre-pandemia, el nivel de gasto del turista que visita el conjunto de la región retrocedió -3,9 euros en 2020, y se ha incrementado en casi +5 euros en 2021, unas oscilaciones más intensas

### Estancia media y Gasto medio diario. Total turismo y turismo de interior. Años 2008-2021





## 02. Aspectos diferenciales del turismo de interior

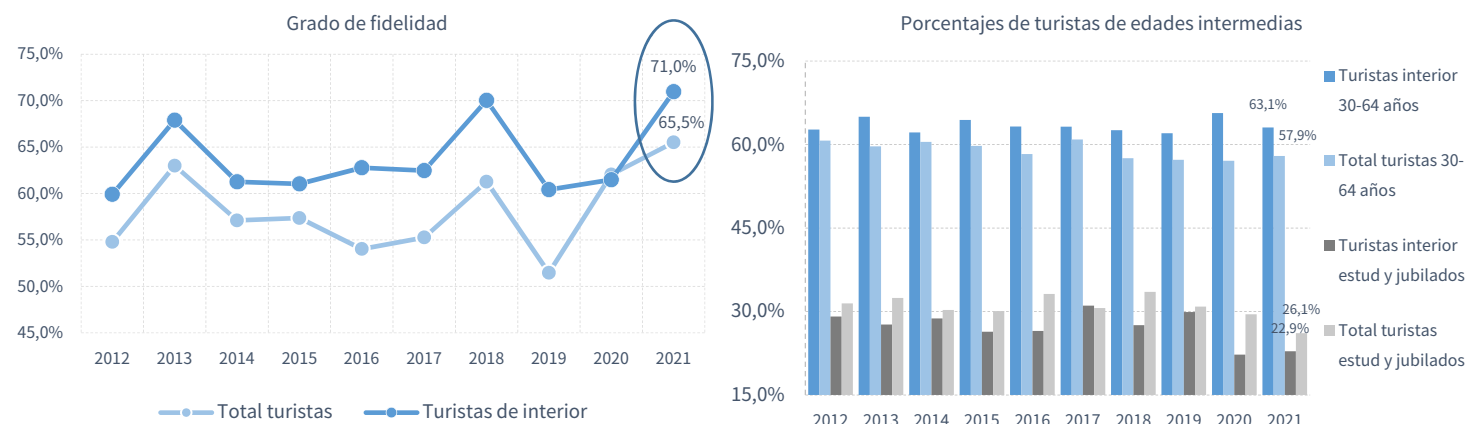
### 7. MAYOR FIDELIDAD AL DESTINO QUE EL TURISMO MEDIO

En el año 2021, el porcentaje de turistas que repite viaje a Andalucía habiéndola visitado también el año anterior (aunque no necesariamente para visitar el interior de la región), se ha estimado en **71,0%**, un **grado de fidelidad superior al que presenta la media del total de turistas de Andalucía (65,5%)** y que ha aumentado considerablemente respecto al año anterior. De este modo, parece que se recupera este rasgo distintivo del turismo de interior, que se había alterado transitoriamente tras la irrupción de la pandemia.

### 8. MÁS TURISTAS DE EDADES INTERMEDIAS Y QUE TRABAJAN

Comparando las [características sociodemográficas](#) del turismo de interior con las que presenta el conjunto de todos los turistas que visitaron Andalucía, se aprecian diferencias significativas que se mantienen a lo largo del tiempo en la estructura por edad: entre los turistas de interior hay menos jóvenes y mayores, y, por ende, en la situación laboral hay más turistas trabajadores y menos estudiantes y jubilados. El primer año de pandemia intensificó estas diferencias del segmento respecto al total de turismo de la región. En 2021 se vuelve a unas divergencias más acordes con las registradas en los últimos años.

### Grado de fidelidad y perfil sociodemográfico. Total turismo y turismo de interior. Años 2012-2021



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

## Puntos clave

- El turismo de interior presenta habitualmente un grado de fidelidad al destino mayor que el del turismo medio, siendo este un rasgo distintivo que se mantenía a lo largo del tiempo.
- Sin embargo, desde que se inició la crisis sanitaria, a la hora de viajar, los y las turistas han preferido los destinos de proximidad, al ser percibidos como más seguros, propiciando el aumento de turistas nacionales, y en especial de turistas andaluces, y disminuyendo la presencia de turistas extranjeros en Andalucía. Y por simple aproximación geográfica, es más probable que estas procedencias hubieran visitado la región también en el año anterior, elevándose el grado de fidelidad, tanto en esta tipología turística, como en el total de turismo.

## 03. Anexo tablas

INDICADORES BÁSICOS	2021	2020	2019	% Var./Diferencias 21/19
<b>Número de turistas (millones)</b>	3,89	2,76	6,58	-40,9%
<b>Cuota de participación en la demanda turística:</b>	19,4%	20,6%	20,2%	-0,9
<b>Distribución porcentual por trimestres:</b>				
Trimestre 1	8,1%	38,7%	21,0%	-12,9
Trimestre 2	19,9%	8,4%	26,7%	-6,9
Trimestre 3	41,9%	38,0%	29,2%	12,7
Trimestre 4	30,1%	15,0%	23,0%	7,1
<b>Gasto medio diario (en euros):</b>	63,79	63,16	63,22	0,57
<b>Gasto en destino por conceptos:</b>				
Transporte	9,9%	10,7%	11,6%	-1,7
Alojamiento	37,8%	32,9%	29,0%	8,8
Compras alimentación	13,3%	10,8%	8,6%	4,7
Compras no alimentación	2,9%	4,6%	5,7%	-2,8
Visitas organizadas, ocio, otros...	3,9%	4,7%	5,7%	-1,8
Alquiler de coches	0,7%	0,5%	1,7%	-1,0
Comidas (bares, restaurantes, cafeterías)	31,5%	35,7%	37,6%	-6,1
<b>Estancia media (nº de días):</b>	4,6	4,7	4,8	-0,2

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

HÁBITOS DE CONSUMO	2021	2020	2019	% Var./Diferencias 21/19
<b>Medio de Transporte:</b>				
Coche (particular, alquilado, autocaravana)	87,6%	87,8%	76,2%	11,3
Avión	4,9%	5,4%	15,7%	-10,8
Resto	7,5%	6,8%	8,1%	-0,6
<b>Tipo de Alojamiento (sin peso):</b>				
Alojamientos Hoteleros	58,3%	57,5%	69,6%	-11,3
Apartamentos, casa o chalet	20,6%	22,7%	19,1%	1,5
Otros	21,1%	19,8%	11,3%	9,8
<b>Organización del viaje:</b>				
De forma particular	96,1%	93,7%	88,6%	7,5
Lo organizó un club, asociación, empresa...	2,0%	3,5%	4,0%	-2,0
Adquirió un paquete turístico o viaje comb.	1,9%	2,8%	7,4%	-5,5
<b>Motivo principal del viaje:</b>				
Trabajo (motivos profesionales) o Negocios	1,3%	0,7%	1,8%	-0,5
Vacaciones / Ocio	86,2%	91,6%	80,7%	5,5
Visitas a familiares y amigos	11,9%	7,3%	10,9%	1,0
Estudios (Educación y Formación)	0,0%	0,1%	0,7%	-0,7
Otros motivos (Tratamientos de salud, religiosos, etc...)	0,7%	0,3%	5,9%	-5,2
<b>Principales factores para elegir el destino andaluz:</b>				
Precios	10,8%	8,9%	5,3%	5,5
Clima	14,7%	14,0%	20,0%	-5,3
Playa	3,7%	3,6%	2,3%	1,5
Visitas a monumentos	35,7%	38,1%	35,1%	0,6
Turistas de naturaleza y rural	19,8%	21,7%	17,7%	2,0
Fiestas populares / Folklore	0,7%	0,5%	2,2%	-1,6
Gastronomía	4,7%	5,4%	3,8%	0,9
Calidad de vida / Hospitalidad	1,9%	3,5%	3,6%	-1,7
Excursiones	0,7%	0,9%	1,0%	-0,3
Practicar deportes	2,7%	2,0%	4,9%	-2,3
Otros	4,6%	1,5%	4,1%	0,5
<b>Canales de información del destino:</b>				
Por experiencia propia	69,4%	68,6%	65,1%	4,3
Por recomendación de agencias de viajes (oficinas)	1,6%	1,1%	3,0%	-1,4
Por recomendación de amigos o familiares	21,3%	21,7%	22,6%	-1,3
Por redes sociales, web especializadas de viajes, blogs	4,7%	6,4%	4,8%	-0,1
Por página Web oficial del destino	0,5%	1,0%	1,3%	-0,8
Por publicidad en prensa, radio y TV	1,1%	0,9%	1,6%	-0,5
Por otros medios	1,5%	0,4%	1,6%	-0,1

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

HÁBITOS DE CONSUMO	2021	2020	2019	% Var./Diferencias 21/19
<b>Valoración al destino turístico andaluz (de 1 a 10 puntos):</b>				
Alojamiento	8,5	8,7	8,6	-0,1
Restauración	8,4	8,6	8,6	-0,1
Ocio/Diversión	8,4	8,5	8,5	0,0
Seguridad ciudadana	8,6	8,9	8,8	-0,2
Asistencia sanitaria	8,5	8,7	8,5	0,0
Atención y trato recibido	8,9	9,0	8,9	0,1
Relación calidad/precio	8,7	8,7	8,6	0,1
Red de comunicaciones	8,5	8,3	8,1	0,3
Limpieza	8,6	8,6	8,2	0,4
Nivel de tráfico	8,2	8,5	8,2	0,0
Señalización turística	8,5	8,4	8,2	0,3
Información turística	8,6	8,7	8,5	0,1
Patrimonio cultural	8,9	9,0	8,9	0,0
Autobuses	7,5	8,3	8,2	-0,7
Paisajes y Parques naturales	9,1	9,2	9,0	0,1
Entornos urbanos	8,8	9,1	8,7	0,2
Valoración global (Índice sintético de percepción)	8,5	8,7	8,5	0,0
<b>Actividades realizadas durante la estancia en Andalucía:</b>				
(NOTA: pregunta multirrespuesta, los % no suman 100)				
Compras (excluidas regulares)	40,0%	21,7%	20,1%	19,9
Observación de la naturaleza	37,5%	45,1%	45,3%	-7,8
Asistencia a eventos deportivos	0,6%	0,1%	0,8%	-0,3
Asistencia a eventos culturales	1,4%	0,4%	3,7%	-2,3
Visitas a monumentos y museos	35,3%	43,7%	46,0%	-10,8
Otras actividades culturales	3,3%	0,4%	2,1%	1,2
Juegos de azar	0,3%	0,1%	0,1%	0,3
Educación/formación y estudios de idiomas	0,2%	0,0%	0,4%	-0,2
Actividades profesionales o de negocios/congresos y reuniones	0,4%	0,6%	0,4%	0,1
Deportes de naturaleza	14,8%	11,7%	6,3%	8,5
Prácticas de otros deportes	5,7%	5,9%	7,3%	-1,7
Otros entretenimientos (zoo, parques temáticos, etc...)	4,6%	2,1%	4,2%	0,3
Otros	3,6%	2,6%	10,8%	-7,2
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA)				

HÁBITOS DE CONSUMO	2021	2020	2019	% Var./Diferencias 21/19
<b>Usó internet para consultas, reservas o compras:</b>				
Si	71,0%	70,5%	65,7%	5,3
No	29,0%	29,5%	34,3%	-5,3
<b>Para qué utilizó internet:</b>				
Consulta	100,0%	100,0%	100,0%	0,0
Reserva	89,5%	80,2%	90,0%	-0,5
Compra	35,8%	43,9%	61,9%	-26,1
<b>Grupo de viaje:</b>				
Solo	9,0%	2,8%	5,4%	3,5
Con su pareja	46,5%	50,8%	41,1%	5,4
Con familiares	28,8%	32,6%	36,9%	-8,1
Con amigos	15,6%	13,7%	16,1%	-0,5
Otros	0,1%	0,1%	0,4%	-0,3
Tamaño medio del grupo de viaje (personas)	2,4	2,6	2,5	-0,1
<b>Grado de fidelidad:</b>	71,0%	61,5%	60,4%	10,6
Fuente: : SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA (IECA)				

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO	2021	2020	2019	% Var./Diferencias 21/19
<b>Sexo:</b>				
Hombres	48,3%	49,9%	49,4%	-1,0
Mujeres	51,7%	50,1%	50,6%	1,0
<b>Grupos de Edad:</b>				
Menos de 18 años	7,7%	9,9%	9,7%	-1,9
De 18 a 29 años	22,8%	16,9%	14,3%	8,4
De 30 a 44 años	33,1%	29,2%	28,3%	4,8
De 45 a 64 años	30,0%	36,4%	33,7%	-3,7
Más de 65 años	6,4%	7,6%	13,9%	-7,5
<b>Situación Laboral:</b>				
Trabajo (por cuenta ajena o propia)	71,2%	70,7%	63,6%	7,6
En paro	4,0%	4,6%	3,2%	0,8
Estudiante	14,1%	12,4%	13,5%	0,5
Retirado/Jubilado	8,8%	9,8%	16,4%	-7,6
Labores del hogar	1,4%	1,3%	2,0%	-0,6
Otras	0,6%	1,1%	1,3%	-0,7
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.				