

Andalucía

Turismo familiar en Andalucía.
Año 2016

Demanda Turística en Andalucía. Segmentos turísticos



TURISMO FAMILIAR EN ANDALUCÍA. AÑO 2016
Publicación Oficial de la Consejería de Turismo y Deporte

COLECCIÓN
Demanda Turística en Andalucía. Segmentos turísticos

EDITA
Consejería de Turismo y Deporte
C/ Juan Antonio de Vizarrón s/n
41092 Sevilla
correo-e: publicaciones.ctc@juntadeandalucia.es

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

Publicado en Sevilla (España)

Publicación electrónica anual disponible a texto completo en la página web de la Consejería de Turismo y Deporte e indizada en el catálogo del Centro de Documentación y Publicaciones <http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/publicaciones>
Los contenidos de esta publicación pueden ser reproducidos siempre que se indique la fuente.

TURISMO FAMILIAR EN ANDALUCÍA. AÑO 2016

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), que avala y reconece a las empresas y destinos turísticos cuya oferta se adecúa a las demandas de las familias. 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 convenio de colaboración. 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 considerado un destino preferente para hacer turismo familiar, así se desprende del IV Estudio de Turismo Familiar que ha realizado la FEFN junto con DNA Expertus, dentro del proyecto del Sello de Turismo Familiar, y que ha analizado las pautas de consumo turístico de las familias en 2016. Según dicho estudio, **Andalucía es sin duda la comunidad preferida por las familias para organizar sus vacaciones en cualquier época del año 2016**. En cuanto a los segundos puestos por preferencias en función de la época del año, Extremadura es favorita para la primavera; Comunidad Valenciana para el verano; Cataluña para el otoño, y Canarias para el invierno.

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.

Conscientes de la pujanza del turismo familiar, Andalucía cuenta en su [portal turístico](#) con un [apartado](#) especialmente dedicado a facilitar la elaboración de las vacaciones en familia, con una selección de la oferta más especializada: alojamientos pensados para que todos se sientan como en casa, playas especialmente recomendadas para disfrutarlas con niños, relax en familia, turismo activo en la naturaleza para realizar con niños, parques de ocio y naturaleza, etc.

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**.

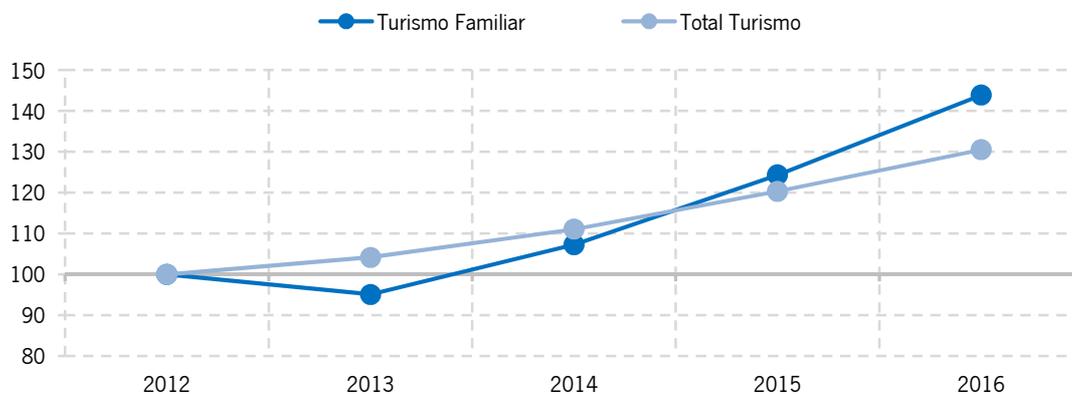
En este informe se hace especial mención a aquellas variables en las que el turismo familiar presenta un comportamiento diferencial frente al total de turismo que se realiza en Andalucía en el año 2016, pero siempre y cuando dicho comportamiento se venga presentando sin muchos cambios a lo largo del tiempo.

1. LOS ASPECTOS DIFERENCIALES DEL TURISMO FAMILIAR EN ANDALUCÍA 2016

A partir de una explotación específica de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA), se ha estimado que en el año 2016 el 21% de todos los turistas que Andalucía ha recibido son turistas familiares, lo que supone un total de 5,9 millones de turistas. Respecto a 2015, una vez actualizadas las estimaciones correspondientes a dicho año, el turismo familiar ha crecido a una tasa del +16,6%, un incremento que duplica al registrado para el total de turistas (+8,3%).

Comenzando en 2012, primer año para el que se dispone de información sobre el turismo familiar, se observa en el siguiente gráfico como el turismo familiar progresa peor que otras tipologías turísticas al comienzo de la serie, por el retroceso que acusó en el año 2013, pero a partir de ese año los crecimientos continuados no solo le han permitido recuperarse sino evolucionar mejor que el conjunto del turismo de Andalucía.

Evolución del turismo familiar y del total de turismo de Andalucía. Años 2012-2016 (Índice 100 = 2012)



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

Características distintivas del segmento:

1. El turismo familiar es bastante más estacional que otros tipos de turismo desarrollados en Andalucía.

Las visitas de los turistas familiares a Andalucía se distribuyen desequilibradamente a lo largo del año, ya que prefieren sobre todo los meses estivales. En 2016, el tercer trimestre llegó a acumular la mitad de los turistas familiares del año (el 50,1%), una proporción muy superior a la que registró el total del turismo de la región recibido en ese mismo trimestre (35,8%). La influencia de las vacaciones de los escolares españoles, muy concentradas en el verano, está detrás de este comportamiento.

2. El turismo familiar en Andalucía habla español.

El 60,7% de los turistas familiares que Andalucía recibió en 2016 procedían de España mientras que el 39,3% restante son visitantes extranjeros. También en el total de turistas recibidos en Andalucía este año es mayor la presencia de visitantes españoles (61,9% frente a 38,1% de extranjeros).

En 2016 ha aumentado fuertemente la presencia de extranjeros entre los turistas familiares que visitan Andalucía, lo que ha permitido este año igualar la estructura por procedencia de este segmento turístico a la que presenta el total del turismo de Andalucía. Sin embargo, en los años precedentes para los que se dispone de información sobre este segmento (intervalo 2012-2015), siempre que se comparaban ambas estructuras se evidenciaba que el peso o cuota de los turistas nacionales era mayor en el turismo familiar que en el total de turismo (entre 5 y 6 puntos porcentuales más). Habrá que esperar a la evolución del segmento en años venideros para comprobar si este cambio es puntual o marca una nueva tendencia.

3. Estancias más cortas fuera del periodo estival.

La permanencia en Andalucía del turista familiar se aproxima a la del total de turistas que visita la región pero solo en el tercer trimestre, el principal periodo para viajar de este segmento. Sin embargo, para el resto de trimestres del año las estancias medias del turista familiar son menores que las del turista

general. Este comportamiento se mantiene en el tiempo y refleja nuevamente la influencia que ejerce sobre las familias viajeras la distribución anual de las vacaciones escolares de los menores.

4. Menor gasto medio diario en el destino.

El gasto medio diario que realiza el turista familiar en el destino andaluz es inferior al nivel de gasto del turista general que visita la región: el desembolso por persona y día ascendió en 2016 a 51,31 euros frente a los 64,52 euros del turista general.

Igualmente difiere en sus patrones de gasto: en comparación con el turista medio, el turista familiar dedica menos parte de su presupuesto a las partidas de transporte y a las compras no alimenticias y más parte a las partidas de alojamiento y a las compras alimenticias.

5. Se desplaza en coche y realiza un uso más elevado del **alojamiento en viviendas**.

El uso del coche (particular, alquilado o autocaravana) es el principal medio de transporte utilizado por los turistas familiares para acceder al destino andaluz (76,1%), un porcentaje que supera ampliamente al que presenta el total de turismo que visita Andalucía (53,9% en 2016).

Para pernoctar en Andalucía, los turistas familiares, al igual que el resto de turistas que visitan la región, prefieren el alojamiento hotelero. No obstante, el turismo familiar destaca por ser un segmento turístico que realiza un uso muy elevado del alojamiento en viviendas (en propiedad, alquiladas o cedidas por familiares o amigos). Concretamente en 2016, el 55,3% de los turistas familiares se decantaron por el alojamiento hotelero, y un 38,4% por el alojamiento en viviendas, mientras que para el turismo general estos porcentajes ascienden al 63,4% y 31,2%, respectivamente.

6. Organiza por su cuenta la visita a Andalucía y **consulta** a través de **Internet**.

El turista familiar utiliza con menos frecuencia a los intermediarios a la hora de organizar su viaje al destino andaluz que el total de turistas (7,8% frente a 13,0% en 2016). Tanto la mayor utilización del vehículo propio como del alojamiento extrahotelero respecto a otras tipologías turísticas son dos razones de peso que justifican esta menor contratación a través de intermediarios.

Internet es para el turista familiar una herramienta muy útil para la organización de las vacaciones, de hecho recurren a ella en mayor proporción que el turista general de Andalucía (66,8% frente a 57,2%). Sin embargo, es más un instrumento de consulta que de reserva o compra, en consonancia con la menor necesidad de este segmento de contratar servicios de transporte y/o alojamiento a través de intermediarios.

7. Para las familias las vacaciones son **sinónimo de sol y playa y de actividad**.

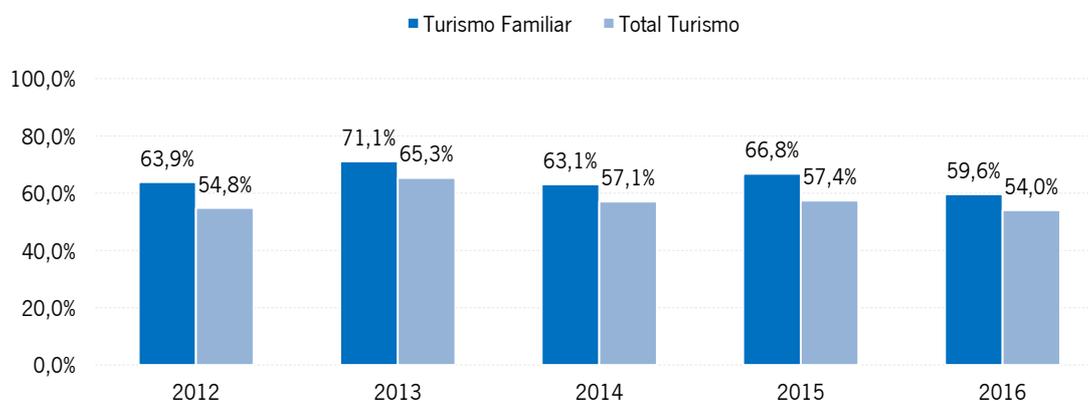
El clima y la playa siempre se posicionan entre los aspectos más influyentes para el turista familiar a la hora de elegir Andalucía como destino de sus vacaciones (pues decantó la decisión del 24,2% y del 17,8% de los turistas familiares de 2016, respectivamente). Y es precisamente en la disponibilidad de playas donde año tras año se mantienen las mayores distancias respecto del total de turismo que visita la región.

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

8. Alta fidelidad al destino, **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 (59,6% frente a 54,0% en 2016), ya que es característico del turismo familiar repetir visita cuando se les da lo que buscan.

Grado de fidelidad. Total Turismo y turismo familiar. Años 2012 a 2016



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

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 (63,7% frente a 62,3% en 2016, aunque este comportamiento también se presenta en todos los años analizados).

9. El **grupo turístico** tiene un tamaño **mayor** y unas **características sociodemográficas distintivas**.

Obviamente si el turista entrevistado declara viajar acompañado por su familia y en dicho grupo debe haber al menos un menor para que sea considerado turista familiar, el tamaño medio del grupo turístico debe ser mayor que el que presenta el turismo general (4,1 miembros frente a 2,3 miembros de media en 2016).

También la definición de turismo familiar perfila las características sociodemográficas de este segmento: la presencia de menores es muy elevada (39,8% frente a 9,0% del turismo total), y el siguiente grupo de edad en el que se aprecia un mayor peso en el turismo familiar que en el turismo general es el de 30 a 44 años (32,7% frente a 28,4%), es decir, aquellos adultos que están en la franja de edad propia para tener hijos menores a su cargo.

En consonancia con esta estructura de edad, también la situación laboral del turista familiar es distintiva: muestra una mayor presencia de turistas estudiantes (37,8% frente a 16,1% del turismo total) y una baja proporción de turistas jubilados (3,6% frente a 17,0% del turismo total).

Tabla resumen: Perfil del turista familiar en Andalucía. Año 2016

| INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA | |
|---|-------|
| Número de turistas en 2016 (millones) | 5,9 |
| Gasto medio diario en destino: euros | 51,31 |
| Estancia media anual: Número de días | 7,0 |
| Estacionalidad: Concentración en el 3º trimestre (verano) | 50,1% |
| PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA | |
| Sexo: Mujer | 51,3% |
| Edad: Menor de 18 años | 39,8% |
| Situación laboral: Ocupado | 49,2% |
| HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA | |
| Principal tipo de alojamiento: Hotelero | 55,3% |
| Principal medio de transporte: Coche | 76,1% |
| Uso de intermediarios: Porcentaje | 7,8% |
| Uso de internet: Porcentaje | 66,8% |
| Para qué utilizó internet: Reserva | 75,6% |
| Principales factores de elegir Andalucía: | |
| - Visitas a monumentos: Porcentaje | 26,1% |
| - Clima: Porcentaje | 24,2% |
| - Playa: Porcentaje | 17,8% |
| Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia | 63,7% |
| Principales actividades desarrolladas en Andalucía: | |
| - Disfrute y uso de la playa: Porcentaje | 45,7% |
| - Visitas a monumentos y museos: Porcentaje | 40,7% |
| - Observación de la naturaleza: Porcentaje | 27,2% |
| OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA | |
| Valoración del destino: Escala de 1 a 10 | 8,2 |
| Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10 | |
| - Atención y trato recibidos | 8,7 |
| - Paisajes y parques naturales | 8,6 |
| - Alojamiento; Patrimonio cultural | 8,4 |
| Grado de fidelidad: Porcentaje | 59,6% |

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