



Junta de Andalucía

Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades

INSTITUTO DE ESTADÍSTICA Y CARTOGRAFÍA DE ANDALUCÍA

Encuesta Social 2020.

Hábitos turísticos de la Población Andaluza

Informe metodológico



1.- Introducción.....	3
2.- Objetivos de la encuesta.....	4
3.- Ámbitos de la encuesta.....	5
3.1. Ámbito territorial.....	5
3.2. Ámbito poblacional.....	5
3.3. Ámbito temporal.....	5
4.- Unidades de análisis.....	5
5. Conceptos y definiciones.....	6
6.- El cuestionario: organización y módulos temáticos.....	7
7.- Principales variables en la tabulación de avance de resultados.....	8
8.- Marco de la encuesta.....	8
9.- Diseño de la muestra.....	9
9.1. Tipo de muestreo: unidades muestrales y estratificación.....	9
9.2. Tamaño de la muestra.....	9
9.3. Afijación.....	9
9.4. Selección de la muestra.....	9
10.-Trabajos de campo.....	10
11.- Elevación y reponderación.....	11
12.- Ficha técnica.....	12



1.- Introducción

La **“Encuesta Social 2020. Hábitos turísticos de la Población Andaluza”**, es el resultado de la colaboración del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA) y la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local a través de la Empresa Pública para la gestión del turismo y del Deporte de Andalucía, S.A. La colaboración con el equipo encargado de gestionar el Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (SAETA) ha permitido diseñar un cuestionario centrado en las dimensiones relevantes para analizar cómo ha afectado la actual crisis sanitaria en la actividad turística de Andalucía.

En este contexto la encuesta social se acerca a la realidad de los hogares andaluces para conocer elementos que nos permitan conocer sus hábitos turísticos y cómo se han visto alterados durante 2020, dada la situación de crisis sanitaria. La actividad del Sistema Estadístico y Cartográfico de Andalucía se enmarca en el ámbito de la Ley 4/1989, de 12 de diciembre, de Estadística de la Comunidad Autónoma de Andalucía, así como en lo que establecen los sucesivos planes estadísticos y cartográficos. La Ley 6/2017 de 27 de diciembre, amplía la vigencia del Plan Estadístico y Cartográfico de Andalucía 2013-2017 hasta el 2020. De esta manera, más allá de la excepcionalidad del momento, **la “Encuesta Social 2020. Hábitos turísticos de la Población Andaluza”** sigue respondiendo a los objetivos y prioridades del actual Plan Estadístico y Cartográfico de Andalucía, atendiendo en esta ocasión a diversos objetivos generales, suministrar información estadística y cartográfica sobre la población, las familias y los hogares, las condiciones de vida y bienestar de la población así como hábitos de consumo.

La excepcionalidad del momento conlleva que toda la información y encuestas recogidas en estas circunstancias deben tomar constancia en sus cuestionarios y análisis de la excepcionalidad de la situación. En este sentido las dos encuestas sociales desarrolladas a lo largo de 2020 han enfocado su objeto de estudio entorno a los efectos que la pandemia ha podido tener en distintos ámbitos. Así, la “Encuesta Social 2020. Hábitos y Condiciones de Vida de la Población Andaluza Durante el Estado de Alarma”, desarrollada durante el confinamiento, informó sobre las condiciones de vida y bienestar de la población durante el estado de alarma. La segunda encuesta social de 2020 **“Encuesta Social 2020. Hábitos turísticos de la Población Andaluza”** se centra en los hábitos turísticos en el momento actual y su comparación con la normalidad (años previos). La encuesta informa sobre los hábitos turísticos de los andaluces durante el verano de 2020 y sus hábitos turísticos en los años precedentes, así como la autopercepción del impacto de la Covid19 en el cambio de sus hábitos. Ha sido propuesto y diseñado en colaboración con los técnicos encargados de gestionar el Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (SAETA), para responder a las necesidades de información al respecto en estas circunstancias.



En el marco descrito la encuesta social coincide en sus planteamientos fundamentales con algunos de los principios básicos de la producción estadística que se están instaurando en los institutos de estadística oficial en general y en el de Andalucía en particular:

- Producir información estadística que permita **analizar y comparar la evolución de los fenómenos sociales**: para tener un mejor marco interpretativo de los datos, se ha armonizado la definición de conceptos y de algunas variables, con la “Encuesta de turistas residentes (ETR)” que desarrolla el Instituto Nacional de Estadística desde el año 2015. Esto permite establecer análisis comparativos con el resto del territorio del estado y con años anteriores y posteriores que no se recogen en la encuesta.
- **Aprovechamiento de la información de registros o sistemas de información** gestionados por diversos organismos de la administración pública. Para el desarrollo de la **Encuesta Social 2020. Hábitos turístico de la Población Andaluza** ha sido fundamental complementar la información de la muestra con la de registros administrativos, en concreto los registros administrativos han permitido obtener información de contacto con la muestra.

2.- Objetivos de la encuesta

El enfoque global de la encuesta tiene como objetivo entender las transformaciones de los hábitos turísticos de la población que reside en Andalucía como consecuencia de la pandemia de la COVID-19. El momento de la realización de la encuesta permite tener una primera 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).

Más concretamente, la encuesta tiene como objetivo conocer las siguientes características concretas de los hábitos turísticos de la población:

- Comparar las características de los viajes por motivos personales con los de veranos anteriores en las principales dimensiones: motivos del viaje, tipo de transporte, tipo de alojamiento, grupo con el que se ha viajado, etc.



- Conocer si la actual situación de pandemia ha condicionado los comportamientos turísticos de los andaluces y si es así, analizar en qué sentido ha influido. Es decir, si el peso de las decisiones ha estado marcado por aspectos relacionados con efectos directos o indirectos de la COVID-19 : miedo al contagio, razones económicas, razones de cuidado a familiares, etc.
- Conocer que aspectos han influido en las expectativas turísticas de la población en los últimos meses del 2020 y en el 2021, para saber que tipo de escenario de la pandemia imaginan en el corto y medio plazo y cómo esta incertidumbre influye en los hábitos turísticos.
- Segmentar las dimensiones de estudio de los puntos anteriores, atendiendo a las características sociodemográficas de la población y al momento económico que está viviendo. Esto permitirá conocer en qué medida la situación actual afecta de manera desigual, en un factor importante de bienestar social y calidad de vida como es disfrutar de periodos y viajes vacacionales, a distintos estratos de la población.

3.- Ámbitos de la encuesta

3.1. Ámbito territorial

La encuesta se extiende a todo el territorio de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

3.2. Ámbito poblacional

La población objeto de la investigación es la población de 16 y 75 años residente en viviendas familiares de Andalucía.

No se consideran los llamados hogares colectivos (hospitales, residencias, cuarteles, etc.). Sí se incluyen, sin embargo, las familias que, formando un grupo independiente, residen en dichos establecimientos colectivos (por ejemplo, el director o el conserje del centro).

3.3. Ámbito temporal

El trabajo de campo se ha realizado entre los días 17 de septiembre y 4 de noviembre de 2020.

4.- Unidades de análisis

Personas de 16 a 75 años.



5. Conceptos y definiciones

Viaje

Cualquier desplazamiento que se realice a otro municipio distinto del de residencia, pasando fuera de casa al menos una noche

Viaje personal

Cualquier desplazamiento que se realice a otro municipio distinto del de residencia, pasando fuera de casa al menos una noche por motivos personales, no profesionales. Entre los viajes personales se encuentran:

- Viajes para disfrutar de un tiempo de ocio, descanso o vacaciones
- Viajes para visitar a familiares o amigos.
- Viajes para tratamientos de salud
- Viajes por motivos religiosos/peregrinación
- Viajes por otros motivos personales: Turismo de compras, viajes por estudio de idiomas...

Viaje principal

En los casos en los que los informante 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.

Destino principal

El destino principal de un viaje es aquel destino cuya visita resultó decisiva en la organización del viaje. En caso de que el informante no pueda identificar fácilmente el destino principal de su viaje (por ejemplo, viajes organizados en los que se visitan varios países), se considera destino principal aquel en el que se haya pasado un mayor número de noches. Si se ha pasado el mismo número de noches en varios destinos, entonces el destino principal es el que está más lejos del entorno de residencia habitual.

Motivo principal del viaje

Se parte de que todo viaje tiene una motivación principal. Por tanto, el motivo principal es aquel sin el que no habría tenido lugar el viaje.

Alojamiento principal

Es el tipo de alojamiento en el que se pasa el mayor número de noches durante el viaje. Si se ha pasado el mismo número de noches en dos tipos de alojamiento distintos, se ha considerado como 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.



¿Con quién viajó? - Grupo de personas con las que viajó

El grupo de personas con las que se viajó incluye no solo el desplazamiento al destino principal, sino también el grupo de personas con quienes se compartió la experiencia del viaje en este lugar de destino.

Principal medio de transporte

Es el medio de transporte utilizado para alcanzar el destino del viaje. Si se utilizan varios medios de transporte para alcanzar dicho destino, o si el viaje tiene varios destinos y se utiliza más de un medio de transporte para ir de uno a otro, el principal medio de transporte es aquel en el que se haya recorrido la 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.

6.- El cuestionario: organización y módulos temáticos

El diseño del cuestionario se ha realizado en colaboración con el equipo técnico encargado de gestionar el Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (SAETA)

El cuestionario se compone de cuatro bloques:

Bloque 1. Hábitos de viaje en años anteriores

En este bloque se pregunta por los viajes personales (en el siguiente apartado se explica este concepto) realizados durante el año 2019. En caso de que las personas encuestadas no realizaran durante el 2019 un viaje personal, se les preguntará por el año 2018. Si han realizado varios viajes de este tipo, se les preguntará más concretamente por **el viaje principal** (también se explicará este concepto en el apartado 2) obteniendo información sobre motivo, destino, medio de transporte, alojamiento, etc. de este viaje principal.

En caso de que no hayan realizado este tipo de viajes durante los años 2019 o 2018, se les preguntará por los motivos por los que no lo han hecho.

Bloque 2. Viajes personales durante el verano de 2020 (junio-septiembre)

Viajes realizados por motivos personales (viaje personal) en los meses de junio, julio, agosto y septiembre. En este bloque también se preguntará con más concreción sobre el viaje principal realizado en este periodo sobre motivo, destino, medio de transporte, alojamiento, etc.

Tanto para los encuestados que hayan realizado algún viaje personal en estos meses como para aquellos que no lo hayan hecho, se realizarán preguntas orientadas a conocer la influencia de la crisis de la COVID en sus elecciones y decisiones.

Bloque 3. Intención de viajar en 2021

El objetivo de este bloque es conocer las percepciones y expectativas de viaje de los encuestados respecto a próximos viajes personales. Las preguntas están orientadas a conocer los motivos que generan confianza o desconfianza a la hora de viajar, seleccionar destinos, elegir medio de transporte y alojamiento, etc.



Bloque 4. Características sociodemográficas

En este bloque se recogen las características sociodemográficas y socioeconómicas habituales de las encuestas sociales del IECA: nivel de estudios, relación con la actividad, ocupación, ingresos, etc. Algunas categorías de respuesta de estas preguntas, están adaptadas al contexto actual de crisis por la pandemia.

7.- Principales variables en la tabulación de avance de resultados

Las principales variables de clasificación utilizadas en la explotación de avance de resultados son las siguientes:

- Sexo
 - Mujer
 - Hombre

- Edad
 - 16-29 años
 - 30-44 años
 - 45-64 años
 - 65-75 años

- Relación con la actividad
 - Ocupados
 - Ocupados en situación de ERTE
 - Parados
 - Inactivos

8.- Marco de la encuesta

El marco de población utilizado para extraer la muestra procede de la “Base de Datos Longitudinal de Población de Andalucía” a fecha 1 de enero de 2019. De este marco, formado por personas residentes en Andalucía entre 16 y 75 años que residan en una vivienda no colectiva (número de miembros del hogar menor que 9), se extrajo la muestra. Posteriormente, esta muestra se cruzó con la información procedente de la Base de Datos de Usuarios (BDU) del Sistema Sanitario Público de Andalucía para obtener los números de teléfono de las unidades muestrales seleccionadas.



9.- Diseño de la muestra

9.1. Tipo de muestreo: unidades muestrales y estratificación

Se ha utilizado un muestreo aleatorio simple estratificado por provincia y grado de urbanización (24 zonas), y como unidades de selección se han tomado las personas residentes en estos estratos. En la siguiente tabla se observa la distribución por estratos.

Provincia	Zona urbana	Zona de densidad intermedia	Zona rural	Total
Almería	2,9%	4,4%	1,2%	8,5%
Cádiz	10,2%	4,1%	0,6%	14,9%
Córdoba	3,8%	4,0%	1,3%	9,1%
Granada	3,9%	4,7%	2,4%	10,9%
Huelva	1,7%	3,4%	1,1%	6,3%
Jaén	2,0%	3,7%	1,7%	7,4%
Málaga	12,2%	5,9%	1,9%	20,0%
Sevilla	12,9%	8,8%	1,2%	22,9%
Andalucía	49,5%	39,0%	11,5%	100,0%

9.2. Tamaño de la muestra

El tamaño efectivo de la muestra ha sido de 3.025 personas. El tamaño teórico de la muestra era de 5.000 personas. No se ha utilizado reemplazo de muestra.

9.3. Afijación

Entre las provincias se usa una afijación de compromiso entre la uniforme y la proporcional al tamaño de cada provincia. Dentro de la provincia, la afijación por estratos (grado de urbanización) es proporcional al tamaño poblacional de cada estrato.

9.4. Selección de la muestra

La selección de la muestra se ha realizado de tal forma que dentro de cada estrato cualquier individuo tenga la misma probabilidad de ser seleccionado, es decir, se tengan muestras autoponderadas dentro de cada estrato. La probabilidad de selección del individuo i en el estrato h será:

$$P_{i,h} = \frac{n_h}{N_h} \quad \text{donde:}$$

n_h es el tamaño del estrato h en la muestra

N_h es el tamaño del estrato h en la población



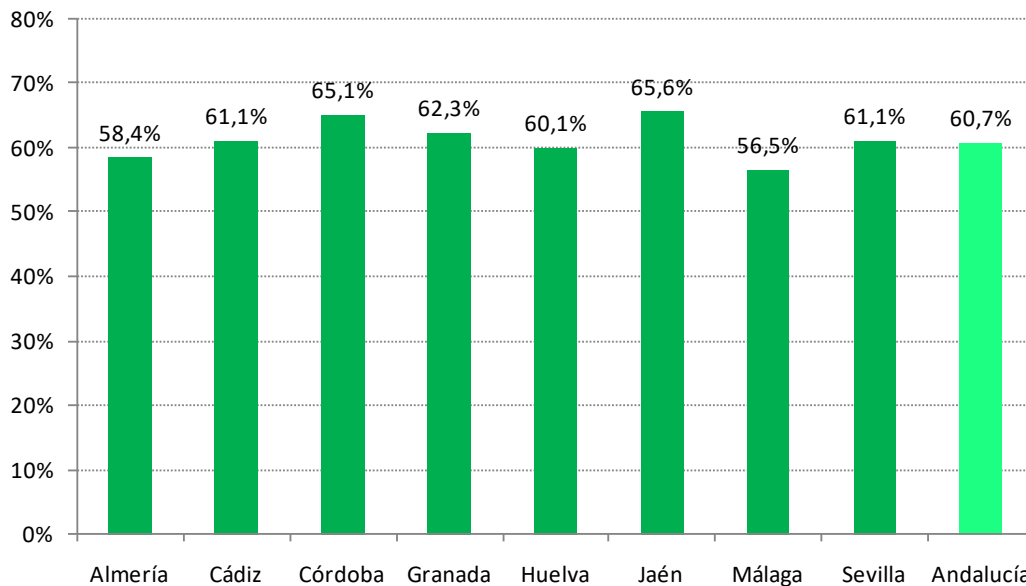
10.-Trabajos de campo

El trabajo de campo se ha realizado entre el 17 de septiembre al 4 de noviembre de 2020.

El método de recogida ha sido multicanal: encuesta telefónica (CATI) y vía web (CAWI). El canal prioritario ha sido el telefónico: el porcentaje de encuestas realizado vía telefónica ha sido del 88,8% y el 11,2% por vía web.

Tasa global de respuesta ha sido de 60,7% para todo el territorio andaluz. En el siguiente gráfico se puede observar tasa de respuesta en cada una de las provincias.

Tasas de respuesta de la Encuesta Social 2020 por provincias (%)





11.- Elevación y reponderación

Los estimadores utilizados en esta encuesta son estimadores basados en el diseño de la muestra, corregidos por la falta de respuesta a nivel de estrato y por información auxiliar facilitada por fuentes externas. Es decir, los pesos de diseño obtenidos del tipo de muestreo utilizado, corregidos por la falta de respuesta, se han calibrado posteriormente mediante técnicas de reponderación. El objetivo de la utilización de estas técnicas es ajustar las estimaciones de la encuesta a la información demográfica procedente de fuentes externas. En esta encuesta se ha empleado como fuente externa la Encuesta continua de hogares a 1 de enero de 2019 (INE. Instituto Nacional de Estadística). Este calibrado se ha realizado mediante el paquete Sampling del software R (Yves Tillé). Se ha optado por el método lineal truncado con límites 0,1 y 10. Como variables auxiliares para los factores de elevación de las personas se han utilizado las siguientes:

- Población por sexo y grupos de edad
- Población por grupos de nacionalidad
- Población por provincia

12.- Ficha técnica

Universo: Población de 16 y más años que reside en viviendas principales en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Tamaño teórico de la muestra: 5.000 encuestas.

Tamaño final de la muestra: 3.036 encuestas.

Diseño muestral: muestreo aleatorio simple estratificado de individuos. Donde la estratificación se realiza por provincia y grado de urbanización (24 zonas).

Sistema de entrevista: Encuesta telefónica (canal prioritario) y vía web.

Reponderación: Los estimadores se han reponderado utilizando información auxiliar de la población por sexo, edad, nacionalidad y provincias procedente de la Encuesta continua a hogares (INE), empleando el paquete Sampling del software R (Yves Tillé).

Trabajos de campo: 17 de septiembre al 4 de noviembre de 2020.