



Universidad Pontificia de Comillas

# **Análisis bivariado a través de la encuesta del CIS del turismo en España: determinantes económicos e ideológicos**

Clave: 202200774

Autor: Alejandro Del Río Torralbo

Tutora del TFG: Olaya García Vázquez

MADRID | Marzo 2026

## **Índice:**

### **1) Introducción**

1.1 Resumen

1.2 Justificación del estudio: turismo en España y factores sociodemográficos

1.3 Variables estadísticas

### **2) Metodología**

2.1 Análisis

### **3) Resultados**

3.1) Descripción de la muestra

3.2) Diferencia de género

3.3) Diferencia de edad

3.4) Diferencia de ingresos por hogar

3.5) Diferencia ideología política

3.6) Diferencia clase social

### **4) Discusión**

4.1) Variable género

4.2) Variable edad

4.3) Variable ingresos por hogar

4.4) Variable ideología política

4.5) Variable clase social

### **5) Conclusiones y recomendaciones**

### **6) Bibliografía**

### **7) Anexos**

## 1. Resumen

El turismo es, sin lugar a duda, uno de los sectores económicos y sociales más importantes de nuestro país, con un impacto tan significativo en la economía nacional, como en los patrones de movilidad, consumo y ocio de la población residente. El objetivo de este TFG es estudiar como distintos factores socioeconómicos, económicos e ideológicos influyen en el comportamiento turístico de los residentes en España, dándole especial atención a la duración de las vacaciones y al tipo de alojamiento escogido por los encuestados. Para alcanzar este objetivo, se realiza un análisis bivariado a partir de los datos recogidos en el estudio *Turismo y Gastronomía (III)* del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), examinando la relación entre variables como los ingresos del hogar, la edad, el sexo, el estado civil y la ideología política con diferentes dimensiones del comportamiento del turista residente.

Los resultados muestran que el nivel de ingresos constituye uno de los factores más influyentes a la hora de planificar las vacaciones, afectando tanto a la duración de estas como al tipo de alojamiento escogido. A su vez, otros factores como la edad y el estado civil presentan relaciones significativas con determinadas decisiones turísticas, especialmente en la forma de alojamiento y en la organización temporal del viaje. Por el contrario, el género muestra una influencia más limitada, mientras que la ideología política no parece estar asociada con la duración de las vacaciones, también es cierto que si se pueden ver ligeras diferencias en las preferencias de alojamiento entre distintas orientaciones políticas.

En conjunto, los resultados afirman que el comportamiento turístico de los residentes en España se ve principalmente afectado por variables socioeconómicas y sociodemográficas, lo que refleja cómo las condiciones materiales y las características personales de los individuos afectan en la forma en que se organizan y disfrutan las vacaciones del turista residente en nuestro país.

## **Abstract**

Tourism is, without a doubt, one of the most important economic and social sectors in our country, with a significant impact on both the national economy and the mobility, consumption, and leisure patterns of the resident population. The objective of this thesis is to study how various socioeconomic, economic, and ideological factors influence the tourism behavior of residents in Spain, with a particular focus on the duration of vacations and the type of accommodation chosen by respondents. To achieve this objective, a bivariate analysis is conducted using data collected in the Tourism and Gastronomy (III) study by the Center for Sociological Research (CIS), examining the relationship between variables such as household income, age, gender, marital status, and political ideology with different dimensions of resident tourist behavior.

The results show that income level is one of the most influential factors when planning vacations, affecting both the duration of the trip and the type of accommodation chosen. In turn, other factors such as age and marital status are significantly related to certain tourism decisions, particularly regarding the type of accommodation and the timing of the trip. In contrast, gender has a more limited influence, while political ideology does not appear to be associated with the duration of vacations; however, it is also true that slight differences in accommodation preferences can be observed among different political orientations.

Overall, the results confirm that the tourism behavior of residents in Spain is primarily influenced by socioeconomic and sociodemographic variables, reflecting how material conditions and personal characteristics affect the way in which residents in our country organize and enjoy their vacations.

## **2. Introducción**

El turismo en España no es solo un motor económico fundamental, más de 96,8 millones de foráneos han atravesado las fronteras de nuestro país, generando un gasto acumulado de 134.712 millones de euros (INE, 2026), sino que es un fenómeno social complejo que define la identidad y el comportamiento de sus residentes. Hoy en día su importancia es máxima ya que es necesario entender como los cambios sociodemográficos y las fluctuaciones económicas moldean las decisiones de viajar dentro de cada familia o de cada persona.

La literatura académica (Mendieta Aragón, 2022; García Sánchez y Artal Tur, 2011) ha analizado distintas condiciones que condicionan en la actitud del turista, poniendo énfasis en las características del perfil sociodemográfico de los turistas y a aspectos específicos del viaje. Estos factores facilitan fraccionar la demanda turística y entender en mayor medida las tendencias de movimiento, así como los gustos y elecciones que muestran los viajeros a la hora de organizar sus vacaciones. Como dice, Hernández Yáñez (2023), en el apoyo de los residentes al turismo también influyen los distintos impactos que produce el mismo: económicos, sociales y medioambientales. Estos pueden ser positivos o negativos. Los factores que pueden influir sobre la percepción de los impactos del turismo por parte de los residentes han sido estudiados en numerosas investigaciones. Comúnmente, se dividen en dos grupos, los factores extrínsecos (aquellos ajenos al individuo) y factores intrínsecos (los que sí dependen del individuo).

A pesar de la abundante literatura sobre el impacto del sector (Gómez Bruna y Martín Duque, 2019), existe un vacío significativo en el análisis de cómo las variables más personales e ideológicas, como su inclinación política, o la estructura del hogar se correlacionan con la elección del destino, el tipo de alojamiento y la duración de las vacaciones. Este trabajo busca

llenar ese espacio, explorando factores que comúnmente se han estudiado de forma individual (como pueden ser la ideología y el turismo) guardan una relación estadística subyacente.

La dimensión de este fenómeno es enorme: el turismo es algo que afecta prácticamente a la totalidad de la población española, ya sea como consumidores o como agentes receptores en sus comunidades (hostelería, restauración, transporte, ocio y cultura...). En este sentido, el turismo en España provoca una gran cantidad de impactos económicos y sociales en los territorios donde se desarrolla, influyendo tanto en la estructura productiva, como en el día a día de las comunidades receptoras (Gómez Bruna y Martín Duque, 2019). Según la metodología de la Encuesta de Turismo de Residentes (ETR) del INE, el estudio del comportamiento del turista nacional es esencial para poder comprender la estabilidad frente a mercados internacionales volátiles. En nuestro país, este fenómeno ha ido cambiando y evolucionando, desde el modelo tradicional de “sol y playa” hacia una diversificación de este, en el que se incluye turismo rural, de interior e itinerante.

Esta evolución en España no es uniforme; los estudios recientes sobre la intensidad turística resaltan cómo ciudades de distintos tamaños experimentan impactos y presiones muy dispares, en función a sus características territoriales y capacidad de acogida. En este sentido (Cordero Cuevas y Navarro Jurado, 2025) analizan cómo el fenómeno del overturism y la turistificación afectan a los destinos turísticos, generando transformaciones en el espacio urbano y en la percepción de autenticidad del lugar por parte de los turistas. Según los autores del estudio, el aumento de la actividad turística puede cambiar tanto el paisaje urbano como la oferta de servicios, orientando progresivamente el territorio hacia las necesidades del turismo. Estas dinámicas ponen en manifiesto que los efectos del turismo no se distribuyen de forma uniforme entre los distintos destinos, lo que refuerza la necesidad de hacer análisis que tengan en mente las diferencias territoriales y las características socioeconómicas de los turistas. En

este contexto, este trabajo plantea un análisis bivariado que permita identificar patrones regionales y variables de segmentación, como el estado civil o el nivel de ingresos, con el objetivo de entender por qué hay determinadas ciudades son elegidas con mayor frecuencia que otras como destinos turísticos dentro de la sociedad española (Cordero Cuevas & Navarro Jurado, 2025).

Por otra parte, otros trabajos han puesto el foco en la desigual distribución territorial del turismo entre ciudades. En este sentido, Hidalgo Giralt, Palacios García, Barrado Timón y Cea D'Ancona (2023) analizan la intensidad turística en ciudades españolas medianas y pequeñas mediante la construcción de un indicador de carácter cuantitativo que permite evaluar el peso relativo del turismo en estos destinos urbanos. Los resultados de su investigación muestran que, aunque tradicionalmente el turismo urbano se ha concentrado en grandes destinos como Madrid o Barcelona, en las últimas décadas se ha producido un crecimiento significativo de la actividad turística en ciudades de menor tamaño. Este proceso evidencia que la expansión del turismo urbano está generando nuevas dinámicas territoriales y diferentes niveles de presión turística entre ciudades.

### **2.1. Diferencias en el turismo español**

Para poder llegar a comprender la complejidad del sistema turístico español, es necesario profundizar en los perfiles sociodemográficos y económicos que configuran la demanda. Como se argumentará en los próximos puntos, el comportamiento del turista no es algo que nace fruto del azar, sino que responde a una serie de variables que condicionan tanto la planificación como la llevada a cabo. A continuación, se van a revisar los factores principales identificados en la literatura académica que servirán de base para el contraste con los resultados obtenidos tras esta investigación:

Entre los factores sociodemográficos que han recibido mayor atención en la literatura, destaca la edad, esto se debe a que este factor es capaz de influir tanto en la propensión a viajar como el estilo de experiencia turística que se persigue. En este sentido, Mendieta Aragón (2022) estudia el comportamiento del turista residente en España tras la pandemia del COVID-19 utilizando datos de la Encuesta de Residentes (ETR) del Instituto Nacional de Estadística (INE). Los resultados obtenidos enseñan que el perfil del turista se divide entre diversos grupos de edad, destacando especialmente aquellos que se encuentran entre los 35 y 55 años, que concentran una parte muy significativa de los desplazamientos turísticos en nuestro país. Este estilo de análisis, le permitió identificar segmentos de la población que tenía mayor participación en la actividad turística y así entender como hay específicas etapas de la vida que se relacionan con la frecuencia y características de los viajes (Mendieta Aragón, 2022).

Unido con la edad, otro factor que comúnmente se tiene en consideración en los análisis sobre el comportamiento turístico es el género de los turistas. La literatura ha estudiado si existen diferencias significativas entre hombres y mujeres a la hora de tomar decisiones turísticas, como pueden ser elegir el destino de las vacaciones o la forma en la que organizan el viaje. En el estudio de Mendieta Aragón (2022), el estudio del perfil del turista residente muestra una distribución muy equilibrada entre hombres y mujeres. Así mismo, en el análisis de la elección entre los destinos dentro del territorio nacional y los de fuera del mismo, el autor señala que no encontró diferencias estadísticamente considerables asociadas al género, lo que sugiere que otras variables pueden tener un mayor peso explicativo en este tipo de decisiones turísticas.

Otro factor determinante en el estudio del comportamiento turístico es el nivel de ingresos en el hogar, ya que el poder adquisitivo condiciona y en gran medida, las opciones que tiene una persona a la hora de realizar turismo, y las características del viaje que lleva a cabo. De esta forma, Mendieta Aragón (2022) examina la distribución de los turistas según diferentes niveles

de renta mensual del hogar, observando que una parte importante de los viajes se concentran en los tramos de ingresos intermedios. Este estilo de estudio permite relacionar el grado económico con la participación en actividades turísticas, así como con aspectos como la elección del destino o el tipo de experiencia turística buscada.

Sumado a las características sociodemográficas, otros estudios también han analizado las características propias del viaje, como factores que determinan el comportamiento turístico. Uno de estos factores no es otro que el tipo de alojamiento escogido a la hora del viaje es una variable clave a la hora de la experiencia turística. González Abascal (2020) realizó un estudio en el que buscaba observar la evolución de los diferentes tipos de alojamientos en el contexto denominado turismo 4.0, señalando que la digitalización del sector turístico y el desarrollo de plataformas tecnológicas han contribuido a diversificar la oferta disponible para los viajeros. Este proceso ha favorecido la expansión de nuevas modalidades de alojamiento que complementan las opciones tradicionales del sector turístico. En una línea similar, Ortiz de Mendibil de Casillas (2025) examina la evolución del modelo turístico de destinos como las Islas Canarias y las Islas Baleares, donde el crecimiento de nuevos tipos de alojamiento forma parte de los procesos de transformación y adaptación del sector turístico a las nuevas demandas de los visitantes (González Abascal, 2020; Ortiz de Mendibil de Casillas, 2025).

La duración de la estancia se suma como una variable determinante en el análisis del comportamiento turístico que hemos ido comentado a lo largo de este trabajo, se constituye como un indicador importante tanto para entender la dinámica de los destinos turísticos como para evaluar el impacto económico del turismo. García Sánchez y Artal Tur (2011) estudiaron la duración de la estancia en destinos del litoral de nuestro país, mediante modelos de regresión de Poisson, examinando la relación entre esta variable y diferentes características del destino y del perfil del turista. Los resultados de su investigación ponen en manifiesto que la duración

de la estancia se encuentra influida por múltiples factores, tanto relacionados con el destino elegido como con las características mismas de los propios turistas, lo que muestra la gran dificultad para estudiar el comportamiento turístico y la necesidad de considerar diferentes variables en su análisis (García Sánchez & Artal Tur, 2011).

## **2.2. Objetivos**

Desde un punto de vista teórico, este proyecto se apoya en los planteamientos de Gregori (2022), quien analiza la percepción social del turismo y cómo la opinión pública y los ingresos condicionan la aceptación del modelo turístico. Asimismo, la inclusión de la variable ideológica se fundamenta en autores clásicos y contemporáneos como Hernández (2016), quien sostiene que la ideología no solo predice el voto, sino que configura estilos de vida y patrones de comportamiento social en el nuevo sistema español. Estos determinantes se enmarcan, además, en los compromisos internacionales de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas, específicamente en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 8 y 12, que promueven un crecimiento económico inclusivo y un consumo responsable. Al cruzar datos de la encuesta del CIS sobre turismo con variables sociopolíticas, este trabajo pretende arrojar luz sobre cómo la estructura social de España dicta sus hábitos de descanso y movilidad.

Por ello, el objetivo es analizar los factores más importantes del carácter socioeconómico, económico, ideológico que condicionan los patrones de comportamiento y preferencias de turista residente en España, mediante un análisis bivariado de los datos del estudio “Turismo y Gastronomía (III)” del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS). En concreto, se pretende: 1) Identificar la relación entre del nivel de la renta en la elección de destino vacacional entre España, así como el tiempo de duración en las vacaciones de los encuestados. 2) Analizar si las variables como la edad, el sexo o el estado civil, condicionan con el tipo de alojamiento preferente (hotel, segunda vivienda, casa rural...) utilizado por los encuestados.

3) examinar si existe diferencia en base a la ideología política de los turistas a la hora de elegir el tipo de pernoctación para sus vacaciones y el tiempo que van a emplear en las mismas.

### **3. Metodología**

**Técnicas y procedimiento.** Durante el estudio se llevó a cabo una metodología cuantitativa de carácter descriptivo y correlacional, basada en el análisis de datos secundarios de fuentes oficiales. Esta elección se justifica por la alta representatividad y fiabilidad que ofrecen las encuestas del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), integradas en el Plan Estadístico Nacional 2021-2024. Se utilizó el cuestionario estructurado del estudio ECIS3521, el cual garantiza el anonimato de las respuestas de acuerdo con la Ley de la Función Estadística Pública.

**Participantes.** La muestra de este estudio está compuesta por un total de 2.896 individuos residentes en España. La muestra de referencia en este estudio incluye a personas de ambos sexos de entre 18 y 96 años. El proceso de selección fue realizado de manera aleatoria mediante la obtención de números de teléfono (tanto fijos como móviles) al azar dentro del territorio regional en su totalidad. En el cuestionario se aplicó un filtro estricto de nacionalidad, permitiendo continuar únicamente a quienes poseyesen la nacionalidad española (ya sea desde nacimiento o adquirida). Para la realización de los análisis bivariados que se han llevado a cabo en este TFG, se han considerado como casos excluidos o valores “perdidos” aquellas respuestas que contenían “no sabe” o “no contesta”. Asimismo, se han filtrado los registros con valor “0” en la pregunta de “¿Podría decirme si este año ha tenido, tiene o va a tener sus vacaciones en España, en el extranjero o ambos lugares?”, correspondiente a los sujetos que indicaron no disfrutar de vacaciones en el año presente.

**Tabla 1:** *Variables estadísticas y su tratamiento*

<b>Variable</b>	<b>Posibles respuestas</b>	<b>Tratamiento</b>
<b>Sexo</b>	- hombre - mujer	--
<b>Edad</b>	18-96	--
<b>Nivel de ingresos netos en el hogar</b>	- Más de 5.000 € - 3.901 a 5.000 € - 2.701 a 3.900 € - 1.801 a 2.700 € - 1.100 a 1.800 € - menos de 1.100 €	Para tratar esta variable, indique como valores perdidos las respuestas que incluían NS y NC (8 y 9), evitando así, que se produjese algún sesgo a la hora de su estudio
<b>Ideología</b>	- 1 (izquierda) - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10 (derecha)	Para tratar esta variable, indique como valores perdidos las respuestas que incluían NS y NC (98 y 99), evitando así, que se produjese algún sesgo a la hora de su estudio
<b>Estado civil</b>	- Casado/a - Soltero/a - Viudo/a - Separado/a - Divorciado/a	--
<b>Tiempo vacaciones</b>	- Menos de una semana - Una semana - Entre 1 semana y 2 semanas - Más de 2 semanas	Para tratar esta variable se quitó el 0, para evitar que el grupo de no turistas puedan contaminar el estudio. También se quitaron los valores de NC (9) evitando así que se produjese algún tipo de sesgo
<b>Tipo de alojamiento utilizado preferentemente en las vacaciones</b>	1. Segunda vivienda 2. Vivienda completa en alquiler 3. Casa rural 4. Hotel o apartahotel 5. Vivienda de familiares / amigos 6. Camping - Autocaravana, caravana	Para tratar esta variable, indique como valores perdidos las respuestas que incluían NS, NC, so se va de vacaciones y otros (99, 98, 8 y 9), evitando así, que se produjese algún sesgo a la hora de su estudio

**Análisis.** Se llevó a cabo el tratamiento de las variables categóricas (sexo, destino, alojamiento) y cuantitativas (ingresos, duración de la estancia, ideología) para su correcto

cruce estadístico. Se llevaron a cabo las pruebas Chi-cuadrado ( $X^2$ ) para la asociación entre variables categóricas y correlación de Pearson para variables numéricas, permitiendo así contrastar las hipótesis planteadas sobre los determinantes del turismo.

## 4. Resultados

### 4.1. Descripción de la muestra

*Tabla 2. Características de la muestra*

	<b>Categorías de la variable</b>	<b>% (N)</b>
<b>Sexo/Género</b>	Hombre	53,1% (1.537)
	Mujer	46,9% (1.359)
<b>Edad</b>	Media	Mediana
	50,5	51
<b>Ingresos hogar</b>	Más de 5.000 €	14,28% (397)
	3.901 a 5.000 €	20,15% (560)
	2.701 a 3.900 €	22,52% (626)
	1.801 a 2.700 €	21,42% (595)
	1.100 a 1.800 €	15,58% (433)
	menos de 1.100 €	6,05% (168)
<b>Ideología</b>	Media	Mediana
	4,59	5
<b>Estado civil</b>	Casado/a	49,27% (1425)
	Soltero/a	34,88% (1009)
	Viudo/a	5,22% (151)
	Separado/a	2,27% (65)
<b>Tiempo de vacaciones</b>	Menos de una semana	14% (390)
	Una semana	25,5% (710)
	Entre una semana y dos semanas	36,6% (1.018)
	Más de dos semanas	23,9% (667)
<b>Tipo de alojamiento</b>	Segunda vivienda	13,01% (362)
	Vivienda completa en alquiler	14,45% (402)
	Casa rural	4,9% (136)
	Hotel o apartahotel	49,15% (1367)
	Vivienda de familiares / amigos	13% (361)
	Camping	3,3% (92)
	Autocaravana, caravana	2,1% (61)

*Elaboración propia a partir de la encuesta realizada por el CIS*

Como se puede observar en la Tabla 2, la muestra está compuesta por una ligera mayoría de hombres (53,1%) respecto al (46,9%) de las mujeres. En cuanto a la edad, los participantes presentan una edad media de 50,5 años, y se presenta una mediana de 51 años, datos que nos da a entender que los encuestados representan a la población de mediana edad. Respecto a los

ingresos del hogar, el tramo más frecuente corresponde a los hogares con ingresos de entre 2.701 y 3.900 euros mensuales con el 22,52%, seguido del intervalo compuesto por 1.801 y 2.700 euros mensuales con el 21.42%. Pasando a la ideología, la media se sitúa en 4,59 y la mediana en 5 dentro de la escala utilizada en la encuesta del 1-10. Respecto al estado civil de los encuestados, la mayoría de ellos se encuentran casados, representando al 49,27% de la muestra, seguido de los solteros con el 34,88%. En cuanto al tiempo de duración de las vacaciones, el extracto más escogido por los encuestados no es otro que la estancia de entre una y dos semanas con el 36,6%. Por último, con respecto al tipo de alojamiento, la opción favorita de los turistas es la de hotel o apartahotel que concentra el 49,15% de las respuestas.

#### 4.2. Diferencias de género

*Tabla 3: Diferencia entre género y tiempo de vacaciones*

<b>TIEMPO DE VACACIONES</b>				
<b>SEXO</b>	<b>Menos de una semana</b>	<b>Una semana</b>	<b>Entre 1 y 2 semanas</b>	<b>+2 semanas</b>
<b>Hombre</b>	12.4%	24.7%	38.2%	24.7%
<b>Mujer</b>	15.9%	26.4%	34.7%	23.1%

Como vemos en la tabla 3, sobre los resultados descriptivos sobre la duración de las vacaciones muestran una clara preferencia por las estancias de duración intermedia, donde tanto hombres como mujeres optan por periodos de entre una y dos semanas. Sin embargo, el análisis de inferencia estadística revela que este patrón no es uniforme para toda la población.

Al aplicar la prueba de asociación, se obtuvo un valor  $X^2 = 9.96$  con un nivel de significación de 0.019. Dado que el p-valor es inferior al umbral de, existe evidencia estadística sólida para afirmar que la duración del periodo vacacional está vinculada significativamente al género del turista. Este hallazgo confirma que factores como el sexo, actúan como un determinante crítico en la gestión del tiempo turístico en España.

Como vemos en la tabla 4, en relación con el tipo de alojamiento escogido para las vacaciones principales, los resultados descriptivos nos muestran una distribución muy similar en ambos sexos. Se observa que las preferencias por opciones no presentan variaciones drásticas en función del género del encuestado, sugiriendo un patrón de elección compartido.

Al realizar el análisis de inferencia mediante la prueba de asociación, se obtuvo un valor de

**Tabla 4:** *Diferencia entre género y tipo de alojamiento*

SEXO	TIPO DE ALOJAMIENTO						
	Segunda vivienda	Vivienda completa en alquiler	Casa rural	Hotel	Vivienda de familiares/amigos	Camping	Caravana
<b>Hombre</b>	12.5%	13.7%	5.7%	49.9%	12.2%	3.6%	2.4%
<b>Mujer</b>	13.6%	15.3%	3.9%	48.3%	13.9%	3.0%	2.0%

$X^2 = 9.37$ , con un nivel de significación de  $p = 0.154$ . Dado que el p-valor es superior al umbral de significancia estadística de 0.05, no existe evidencia suficiente para afirmar que el tipo de alojamiento esté vinculado significativamente al género del turista. Este hallazgo es relevante para la investigación ya que nos indica que el sexo no actúa como un determinante crítico en

esta decisión de consumo, reflejando un comportamiento turístico homogéneo y transversal entre hombres y mujeres en el contexto español.

### 4.3. Diferencias de edad

Como podemos observar, se presentan resultados del análisis de varianza (ANOVA de un factor) para explorar la relación entre la duración de las vacaciones y de uno de los principales determinantes sociopolíticos: la edad. El factor de la edad muestra un comportamiento radicalmente distinto, con un valor  $F = 19.32$  y un valor significativo de  $p < 0.001$ . Como el valor está muy por debajo del umbral de 0.05, con estos resultados podemos concluir que este resultado es altamente significativo y demuestra que existe una relación muy estrecha entre el factor generacional y la gestión del tiempo vacacional. Este contraste permite afirmar que, la edad actúa como un determinante crítico que segmenta de forma clara los patrones temporales de los turistas que residen en España.

Se vuelve a analizar mediante un ANOVA de un factor, la diferencia en la edad media, pero en esta situación es en función del tipo del tipo de alojamiento elegido por los turistas.

*Tabla 5: Media de edad según tipo de alojamiento y tiempo de vacaciones*

<b>Tipo de alojamiento (Media de edad)</b>		<b>Tiempo de vacaciones (Media edad)</b>	
<b>Segunda vivienda</b>	54.3	Menos de una semana	45.3
<b>Vivienda completa en alquiler</b>	46.6	Una semana	49.9
<b>Casa rural</b>	48.8	Entre una semana y dos	49.6
<b>Hotel</b>	50.9	Más de dos semanas	52.9
<b>Vivienda de familiares/ amigos</b>	48.0		
<b>Camping</b>	43.4		
<b>Caravana</b>	48.4		

El factor edad muestra un comportamiento estadístico muy relevante, con un valor  $F = 13.0$ , y un nivel de significación de  $p < 0.001$ : Al darnos un p-valor inferior, significativamente, al umbral de 0.05, podemos llegar a la conclusión de que los resultados son altamente significativos y demuestran la existencia de una relación muy estrecha entre el factor generacional (la edad) y la elección de la modalidad de pernoctación (tipo de alojamiento).

Este hallazgo nos permite afirmar que la edad actúa como un determinante crítico que segmenta de forma clara los patrones de elección de alojamiento de los turistas que residen en España. Esto sugiere que las preferencias entre opciones como establecimientos hoteleros, viviendas de familiares o segundas residencias no son uniformes, sino que están fuertemente condicionadas por la etapa del ciclo vital en la que se encuentra el viajero.

#### 4.4. Diferencias de ingresos

*Tabla 6: Diferencia entre ingresos del hogar y tiempo de vacaciones*

INGRESOS HOGAR	TIEMPO DE VACACIONES			
	1 semana	1-2 semanas	2 semanas	+ 2 semanas
Más de 5000€	4.8%	14.5%	39.5%	41.1%
3.901 a 5.000 €	10.2%	21.0%	39.9%	28.9%
2.701 a 3.900 €	11.9%	28.3%	38.3%	21.4%
1.801 a 2.700 €	16.8%	26.7%	38.5%	17.9%
1.100 a 1.800 €	20.8%	32.6%	30.3%	16.3%
Menos de 1.100€	28.2%	34.5%	21.8%	15.5%

Los resultados recogidos en la tabla 6, en la que he cruzado el nivel de ingresos del hogar con el tipo de alojamiento elegido, en esta tabla se da la mayor asociación de todo el estudio hasta el momento. El análisis de inferencia estadística arroja un valor de  $X^2 = 201$  con un p-valor de  $p < 0.001$ .

Al tener un p-valor tan reducido, se confirma la existencia de correlación extremadamente sólida y sistemática en ambas variables. Este resultado demuestra que los ingresos actúan

como un determinante crítico primordial en la configuración de los patrones turísticos regionales.

El análisis descriptivo revela una tendencia de segmentación temporal basada en la renta, que se puede desglosar en tres grandes perfiles: 1) **Rentas Altas (> 5.000€)**: Representan el único estrato donde la opción preferida es la estancia de más de dos semanas con el 41.1%. Para este grupo, la escasez de recursos no es un limitador, lo que les permite liderar el turismo de larga duración y presentar el porcentaje más bajo en viajes de menos de una semana. 2) **Rentas Medias (1.801€ - 5.000€)**: Este grupo se estabiliza en el estándar de una a dos semanas con el 39.9%, 38.3% y 38.5%. Sin embargo, se observa una transición gradual: conforme los ingresos descienden dentro de este tramo, el porcentaje de viajes cortos (menos de una semana) comienza a subir paulatinamente, mientras que las estancias de más de dos semanas pierden peso. 3) **Rentas Bajas (< 1.800€)**: En este estrato se produce un cambio de patrón fundamental. La opción mayoritaria deja de ser la quincena para situarse en una semana exacta con el 34.5% y 32.6%. Especialmente en los hogares con menos de 1.100€, el porcentaje de viajes de menos de siete días sube de forma drástica, situándose casi al mismo nivel que la semana completa.

*Tabla 7: Diferencia entre ingresos del hogar y tipo de alojamiento*

INGRESOS HOGAR	TIPO DE ALOJAMIENTO						
	Segunda vivienda	Vivienda completa en alquiler	Casa rural	Hotel	Vivienda de familiares/ amigos	Camping	Caravana
Más de 5000€	18.4%	14.3%	3.1%	53.3%	7.7%	1.3%	2.0%
3.901 a 5.000 €	16.1%	15.0%	5.1%	49.3%	9.8%	2.2%	2.5%
2.701 a 3.900 €	12.8%	16.7%	4.6%	49.4%	11.1%	2.9%	2.5%
1.801 a 2.700 €	12.0%	14.4%	4.7%	48.4%	14.4%	4.3%	1.7%
1.100 a 1.800 €	9.3%	13.8%	5.8%	47.8%	16.3%	4.8%	2.5%

### TIPO DE ALOJAMIENTO

INGRESOS HOGAR	Segunda vivienda	Vivienda completa en alquiler	Casa rural	Hotel	Vivienda de familiar s/ amigos	Camping	Caravana
<b>Menos de 1.100€</b>	7.1%	7.1%	7.1%	38.3%	32.6%	6.4%	1.4%

Los resultados recogidos en la tabla 7, en la que he cruzado el nivel de ingresos netos con el tipo de alojamiento elegido. El análisis de inferencia estadística arroja un valor de  $X^2 = 116$  con un p-valor de  $p < 0.001$ . Al tener un p-valor tan reducido, se confirma la existencia de correlación extremadamente sólida y sistemática en ambas variables. Este resultado demuestra que los ingresos actúan como un determinante crítico primordial en la configuración de los patrones turísticos regionales.

Pese a que siempre el tipo de alojamiento prioritario es el 4 (hoteles), podemos ver como cuanto más alta es la renta, la elección de segunda vivienda aumenta, y disminuye a medida que disminuyen los ingresos, y a su vez ocurre lo contrario en la elección 5 y 6 (vivienda de familiares/amigos y camping) que socialmente se pueden ver como opciones para gente con menos recursos y más económicas.

#### 4.5. Diferencias de ideología

Los datos obtenidos muestran un estadístico  $F = 1.48$  con un nivel de significación de 0.218. Al ser este p-valor netamente superior al umbral de significancia estándar de 0.05, se concluye que no existen diferencias estadísticamente significativas en la media ideológica de los individuos según el tiempo que destinan a su periodo vacacional.

Este resultado sugiere que la variable ideología, no es un factor determinante a la hora de determinar cuál será el tiempo que empleemos en nuestras vacaciones. La falta de diferencias significativas entre las distintas ideologías indica que la duración del periodo vacacional se

distribuye de manera homogénea entre los encuestados, sin verse afectada por su orientación política.

De esta forma, los datos indican que la duración de las vacaciones responde principalmente a aspectos diferentes a la ideología, relacionados más con factores materiales o posibilidades de cada turista. De esta forma, la ideología política no parece desempeñar un papel relevante en la extensión del periodo vacacional dentro del modelo turístico estudiado.

Se presentan los resultados del análisis de varianza (ANOVA de un factor) para examinar la influencia del posicionamiento en la escala de ideología sobre la elección del tipo de alojamiento. En esta ocasión, los datos arrojan un estadístico  $F = 2.51$  con una significación de 0.022. Al situarse el p-valor por debajo del umbral de significancia de 0.05, se confirma la existencia de diferencias estadísticamente significativas. Este resultado demuestra que la ideología, a diferencia de lo observado en la tabla anterior, sí actúa como un factor diferenciador a la hora de decidir la modalidad de estancia (hoteles, campings, viviendas de familiares, etc.).

Resulta fundamental contrastar este dato con el obtenido en ideología y tiempo de vacaciones, donde el resultado fue claramente no significativo (p-valor = 0.218). Este contraste sugiere una conclusión sociológica de mucho valor para este estudio: la identidad política de los residentes en España no condiciona 'cuánto' tiempo viajan, pero sí influye en el 'estilo' o la 'forma' de pernoctación.

Mientras que la duración del viaje parece ser una cuestión de disponibilidad temporal o económica, la elección del alojamiento parece estar impregnada de ciertos valores, estilos de vida o preferencias culturales vinculadas al perfil ideológico del turista. Así, la ideología

emerge como un determinante selectivo, que no afecta a la cantidad de turismo, sino a la naturaleza del consumo realizado en el destino.

**Tabla 8:** Media de ideología según tipo de alojamiento y tiempo de vacaciones

<b>Tipo de alojamiento (Media)</b>		<b>Tiempo de vacaciones (Media)</b>	
<b>Segunda vivienda</b>	4.69	Menos de una semana	4.48
<b>Vivienda completa en alquiler</b>	4.55	Una semana	4.57
<b>Casa rural</b>	4.20	Entre una semana y dos	4.49
<b>Hotel</b>	4.67	Más de dos semanas	4.73
<b>Vivienda de familiares/ amigos</b>	4.47		
<b>Camping</b>	3.91		
<b>Caravana</b>	4.00		

#### 4.6. Diferencias de estado civil

**Tabla 9:** Relación entre estado civil y tiempo de vacaciones

<b>ESTADO CIVIL</b>	<b>TIEMPO DE VACACIONES</b>			
	<b>1 semana</b>	<b>Entre 1 y 2 semanas</b>	<b>2 semanas</b>	<b>+ 2 semanas</b>
<b>Casado/a</b>	11.5%	24.8%	36.4%	27.3%
<b>Soltero/a</b>	18.0%	27.2%	36.9%	17.9%
<b>Viudo/a</b>	8.0%	27.2%	32.8%	32.0%
<b>Separado/a</b>	15.6%	15.6%	39.1%	29.7%
<b>Divorciado/a</b>	14.0%	24.6%	37.7%	23.7%

Al analizar detalladamente la tabla 9, podemos observar que si bien la estancia de una a dos semanas es la estancia más predominante de forma transversal en todos los estados civiles,

existen desviaciones significativas en los extremos de la escala que explican el elevado valor de  $X^2 = 51.3$  y valor significativo de  $p < 0.001$ .

En primer lugar, destaca el comportamiento de los solteros, quienes presentan la mayor propensión a los viajes de corta duración (menos de una semana) y, simultáneamente, son el grupo de menor presencia en las estancias de mayor duración (más de dos semanas). Este dato sugiere un perfil de turista más dinámico o con mayor fragmentación de su tiempo vacacional.

En el polo opuesto se sitúan los viudos. Este grupo destaca por ser el que menos recurre a los viajes cortos y el que lidera, de forma destacada en las estancias de más de dos semanas. Este resultado guarda una coherencia lógica con la variable edad, que hemos analizado antes en el punto 3.3, reflejando un perfil de turista (lo más probable que senior) con una disponibilidad temporal muy superior y una preferencia por viajes de larga duración y mayor estabilidad en el destino.

Finalmente, me gustaría también comentar que es destacable, que el grupo de separados sea el que presenta una menor frecuencia en los viajes de una semana, rompiendo con el estándar más comercial de las vacaciones programadas.

En conjunto, estos resultados demuestran que el estado civil es un determinante crítico que expande o contrae la duración del viaje: mientras que la cargas y estructuras familiares parecen estandarizar el tiempo de vacaciones que emplean, la autonomía de los solteros y la disponibilidad de los viudos marcan los extremos del comportamiento turístico de España.

*Tabla 10: Relación entre estado civil y tipo de alojamiento*

ESTADO CIVIL	Segunda vivienda	Vivienda completa en alquiler	Casa rural	Hotel	Vivienda de familiares/ amigos	Camping	Caravana
<b>Casado/a</b>	15.2%	13.8%	4.7%	50.9%	10.3%	2.5%	2.5%
<b>Soltero/a</b>	10.8%	16.1%	5.4%	47.0%	14.6%	4.4%	1.7%
<b>Viudo/a</b>	15.6%	10.4%	3.7%	43.7%	25.2%	0.0%	1.5%
<b>Separado/a</b>	11.5%	11.5%	4.9%	44.3%	18.0%	4.9%	4.9%
<b>Divorciado/a</b>	8.0%	14.7%	4.9%	52.7%	12.9%	4.9%	1.8%

En la Tabla 10 se analiza la relación entre el estado civil y el tipo de alojamiento elegido para las vacaciones. Los resultados arrojan un valor de  $X^2 = 65.5$  con una significación de p-valor  $<0.001$ , lo que confirma que la situación civil del turista es un factor determinante en la elección de la pernoctación.

Un primer análisis descriptivo revela un patrón de preferencia transversal: el Hotel o apartahotel (4) es la opción más frecuente en todos los estados civiles, consolidándose como el eje central del modelo turístico analizado. Sin embargo, la elevada asociación estadística se explica por las marcadas diferencias en las preferencias secundarias: 1) **Matrimonios y parejas (Casados)**: Destacan por ser el grupo que más utiliza la Segunda vivienda (1). Este dato refleja una mayor estabilidad patrimonial y una preferencia por el turismo de retorno. Curiosamente, son quienes menos recurren a la Vivienda de familiares o amigos (5), lo que sugiere una mayor independencia habitacional. 2) **Viudos**: Presentan el perfil más singular. Son quienes más dependen de la Vivienda de familiares o amigos (5), lo que indica un componente afectivo o de apoyo familiar en sus viajes. Además, muestran un desinterés total (0%) por el Camping (6) y son los que menos eligen la Vivienda en alquiler (2) o la Casa rural (3), optando por opciones de mayor seguridad o arraigo. 3) **Solteros**: Es el grupo con mayor propensión a la Vivienda completa en alquiler (2), reflejando una búsqueda de flexibilidad y autonomía, alejándose de la propiedad o los vínculos familiares. 4) **Separados**: Muestran el

mayor uso de la Autocaravana o caravana (7) de toda la muestra, lo que sugiere un interés por modalidades de viaje más nómadas o alternativas. 5) **Divorciados:** Se caracterizan por ser el grupo que menos utiliza la Segunda vivienda (1), un hallazgo que podría estar vinculado a los procesos de división de patrimonio tras la disolución del vínculo matrimonial.

## **5. Discusión**

La conducta turística de los residentes en España ha sido estudiada en diversos estudios a lo largo del tiempo, especialmente en relación con las variables de carácter sociodemográfico y económico que influyen a la hora de planificar los viajes. Sin embargo, algunos aspectos del carácter del turista, como la ideología política, ha recibido una menor atención por parte de los autores en comparación con otras variables más tradicionales como la edad o el nivel de ingresos.

Algunos estudios anteriores han analizado el tiempo empleado por parte de los turistas en sus vacaciones. En este sentido, García Sánchez y Artal Tur (2011), señalan que la duración de la estancia turística se encuentra condicionada por características del perfil del turista y del destino, observándose una mayor presencia de estancias de duración intermedia dentro del turista residente. Los resultados que se consiguieron en este trabajo enseñan una tendencia similar, ya que la mayoría de los encuestados se concentra en estancias de entre una y dos semanas, lo que confirma el patrón más destacado que señalaba la literatura.

De forma parecida, también se ha estudiado las preferencias en relación con el tipo de alojamiento usado para pasar las vacaciones. Investigaciones como las de González Abascal (2020) señalan que el sector hotelero sigue siendo una de las opciones de alojamiento que más se elige dentro del turista residente, aunque en los últimos años se ha visto diversificada esta oferta. Los resultados obtenidos en este estudio coinciden con esta tendencia, ya que el hotel y el apartahotel aparece como la opción de alojamiento predominante entre los encuestados, con casi la mitad de las respuestas de la muestra.

## 5.1 Variable género

En la literatura reciente, el peso que tiene el género como variable discriminante en el turismo español parece haber perdido relevancia frente a factores económicos o de motivación. Como mencionan García Sánchez y Artal Tur (2011), aunque el género está incluido sistemáticamente como variable de control en los modelos de comportamiento, su capacidad para explicar por sí misma la duración de las vacaciones para los turistas, es inferior a la que tiene por ejemplo el nivel de ingresos. Siguiendo esta senda, Mendieta Aragón (2022) afirma de manera clara en su estudio sobre el perfil del turista postpandemia que no se aprecian diferencias estadísticamente significativas asociadas al género en las principales dimensiones del viaje, dejando caer que hay una tendencia hacia la homogeneidad de hábitos entre el género masculino y femenino. Y finalmente mencionando a Millán Vázquez de la Torre (2017), sostiene que, si bien el género es una variable que se tiene siempre en cuenta en el perfil sociodemográfico de los turistas, el comportamiento final de este mismo responde más a la tipología del producto turístico (como puede ser el religioso o el cultural) antes que por una distinción por sexo.

Los resultados que se han obtenido para este trabajo muestran, una sintonía casi total con la opinión de la literatura mencionada en el párrafo anterior de “neutralidad de género”. Respecto a la variable Tipo de alojamiento, en el análisis no se observan diferencias estadísticamente significantes entre hombres y mujeres, lo que confirma que el género no constituye un factor determinante a la hora de elegir la pernoctación durante el periodo vacacional. Tanto hombres como mujeres presentan patrones de elección muy parecidos entre sí, con un claro favoritismo en alojamientos de hoteles y apartahoteles.

Sin embargo, donde el resultado sí que muestra una relación significativa asociadas al género. Aunque es cierto que la mayoría de los datos se concentran el periodo de una a dos semanas, los hombres muestran una mayor presencia en los viajes de más duración, mientras que las

mujeres muestran mayor presencia en los viajes de menor duración. Este resultado sugiere que, si bien el género no influye en la elección de tipo de alojamiento, puede estar relacionado con la organización del tiempo invertido en las vacaciones

## **5.2 Variable edad**

La edad se confirma en la literatura mencionada anteriormente como uno de los segmentos más fuertes para poder comprender la demanda turística en España. García Sánchez y Artal Tur (2011) mencionan que, la edad del encuestado influye de manera positiva en la duración de la estancia, dando especial hincapié en el turismo del litoral, lo que sugiere que los segmentos de mayor edad tienen a su disposición más tiempo que los jóvenes, lo que favorece a sus estancias más prolongadas. Por su parte, Mendieta Aragón (2022) identifica que el perfil del turista postpandemia se centra significativamente en el tramo de los 35 a los 55 años, grupo que lidera la recuperación del sector y la frecuencia de desplazamientos.

Respecto a los resultados obtenidos en este análisis, la evidencia estadística refuerza las teorías mencionadas con una solidez notable. El ANOVA realizado para la edad muestra una relación significativa respecto a la duración de las vacaciones como con el tipo de alojamiento elegido. Hablando sobre el tiempo de vacaciones, se observa que los turistas de mayor edad tienen cierta propensión a realizar viajes de estancias más largas, lo que da a entender que este rango de edad tiene una mayor disponibilidad asociada al tiempo vacacional. En cuanto al tipo de alojamiento, también se localizan diferencias relativas entre grupos de edad, aunque el hotel sigue siendo la opción predominante, los turistas de mayor edad presentan una mayor diversidad en sus elecciones, destacando un uso relativamente más frecuente de viviendas de familiares y amigos, especialmente en situaciones asociadas a la viudedad. Este patrón pone en manifiesto la dimensión social que puede obtener el comportamiento turístico en los segmentos más adultos.

### **5.3 Variable ingresos por hogar**

Según los estudios comentados anteriormente, sitúan el nivel de ingresos del hogar como el factor estructural con mayor poder explicativo sobre la demanda turística en nuestro país. García Sánchez y Artal Tur (2011) mencionan que los ingresos netos del hogar presentan una relación directa y positiva con la duración de la estancia, siendo el principal factor que permite extender el periodo vacacional y reducir esa sensación de coste diario al viajar. Por otro lado, Gregori (2022) mantiene que el nivel económico no solo afecta a la hora de extender o no el viaje, sino que también modifica la percepción social del turismo, asociando los mayores niveles de renta con un consumo de servicios más intenso y diversificado. Finalmente, el estudio del INE (2026) pone en relieve la importancia macroeconómica de esta variable, señalando que el récord de gasto acumulado en el sector (134.712 millones de euros) es el reflejo de una capacidad de consumo que sigue siendo el motor de la industria turística nacional.

Los resultados que me han proporcionado este análisis validan con rotundidad la hegemonía del factor económico sobre el comportamiento del turista. Se observa una segmentación nítida: mientras que en las rentas altas (>5000€) muestran una clara preferencia por el sector hotelero y la segunda vivienda, los estratos inferiores (<1.100€) dependen significativamente de la vivienda de familiares y amigos. Asimismo, la relación entre ingresos y duración de las vacaciones nos alcanza el nivel de asociación más extremo de toda la investigación. Los resultados muestran que la capacidad económica no es solo un factor influyente, sino que es el determinante absoluto que dicta el “presupuesto temporal” del viaje, estableciendo una frontera infranqueable entre las estancias de corta duración de las rentas mínimas y las vacaciones más largas en los hogares con mayores ingresos.

Estos hallazgos permiten concluir que el sistema turístico español está profundamente jerarquizado por la renta disponible: el dinero no solo define el estilo de la pernoctación, sino que es la variable soberana que expande o contrae el tiempo de descanso de los ciudadanos, consolidando un modelo donde el ocio prolongado es un privilegio estrictamente vinculado al estatus económico.

#### **5.4 Variable ideología política**

La relación que existe entre la ideología política y el comportamiento turístico que siguen los encuestados y los españoles, ha recibido poco énfasis o estudio por parte de la literatura especializada. Desde un punto de vista de consumo político, algunos autores sostienen que las elecciones de los turistas pueden reflejar valores éticos, sociales o políticos, mostrándose en decisiones como el destino, los servicios utilizados o las prácticas de consumo durante el viaje. Desde este punto de vista, Seyfi et al (2024) destacan que el turismo contemporáneo se encuentra cada vez más influido por preocupaciones políticas y éticas, de modo que los individuos pueden añadir sus inclinaciones políticas a las decisiones que tomen a la hora de elegir destinos turísticos u otras variables. Por otro lado, en el ámbito español, Sepúlveda Sánchez y Airey (2017) analizaron la influencia de la ideología política en los planes turísticos de los españoles durante la etapa democrática. Los resultados que obtuvieron mostraron que existían diferencias en el enfoque de las políticas turísticas, aunque no podían establecer una relación directa entre la ideología política y la política turística de los españoles.

Los resultados obtenidos en este estudio muestran una influencia limitada pero selectiva de la ideología sobre el comportamiento turístico. En relación con el tiempo empleado en las vacaciones, no se observan diferencias estadísticamente significativas entre los distintos posicionamientos ideológicos. En este resultado sugiere que la duración de las vacaciones por parte de los turistas no se ve condicionada por la orientación política de los encuestados.

Sin embargo, si analizamos los resultados de la otra variable estudiada, el tipo de alojamiento, los resultados nos arrojan una visión diferente, si se encuentran ciertas tendencias. Los resultados más elevados, acercándose a una ideología centrista, se ve que son los que se alojan en las opciones segunda vivienda y hoteles, mientras que los resultados más cercanos a la izquierda se alojan en opciones como camping y caravana. Estos resultados sugieren que la ideología no influye en la cantidad de tiempo empleada por los turistas en sus vacaciones, pero sí puede relacionarse con determinadas preferencias en el tipo de alojamiento.

### **5.5 Variable estado civil**

El estado civil actúa como un indicador determinante de la composición de la unidad de convivencia, y, por ende, de la forma en la que se desplaza a la hora de las vacaciones. Según Millán Vázquez de la Torre (2017), al comparar diferentes perfiles de turistas se detectan diferencias significativas en variables clave como junto a quién se realizan los viajes y cuánto tiempo emplean, factores que dependen estrechamente del perfil sociodemográfico del turista. Siguiendo el enfoque de Millán, García Sánchez y Artal Tur (2011) incluyen la estructura de la familia como un factor de control esencial para poder comprender los diferentes tiempos que se emplean para estar de vacaciones, reconociendo que la situación personal del individuo condiciona el presupuesto temporal del viaje. Por último, Mendieta Aragón (2022) subraya que el perfil del turista que reside en España ha sufrido un cambio desde la crisis sanitaria de 2019, donde la composición del número de viajeros define la capacidad de adaptación a los nuevos entornos y servicios.

Los resultados que se han obtenido en este trabajo confirman que el estado civil, por detrás del nivel de ingresos, supone una de las variables con más peso estadístico a la hora de planificar las vacaciones. Podemos ver un patrón claro: las personas que están casadas o tienen una relación en pareja tienden a concentrarse en el sector hotelero y en estancias de duración

media, buscando una mayor estructura en el viaje. Por el contrario, destaca especialmente el segmento de las personas viuda/os, los cuales muestran una dependencia significativamente mayor de la vivienda de familiares o amigos, lo que les permite en muchos casos prolongar la extensión de su descanso gracias al apoyo de las personas que forman su círculo cercano.

## **6. Conclusión y limitaciones**

A partir del estudio realizado, se puede llegar a la conclusión de que el comportamiento turístico de los residentes en España se encuentra condicionado principalmente por factores de carácter sociodemográficos y económicos. Entre las variables que se han estudiado, el nivel de ingresos por hogar aparece como el factor con mayor capacidad de diferenciación, ya que influye en gran manera tanto en el tiempo de vacaciones como en el tipo de alojamiento escogido. Junto a ello, la edad y el estado civil también muestran con una influencia considerable acerca de la planificación del viaje, confirmando que el turismo no responde únicamente a decisiones individuales de ocio, sino que está estrechamente vinculada a la posición social y a la etapa vital de cada persona. Por el contrario, variables como el género muestran que no tienen una influencia significativa, y la ideología política es muy limitada y selectiva, en concreto con la elección de alojamiento, pero no es relevante a la hora de decidir el tiempo vacacional por parte de los turistas.

Finalmente, los resultados permiten afirmar que el turismo en España sigue reflejando desigualdades sociales y económicas que se ven reflejadas al uso del tiempo libre, la capacidad de desplazamiento y a la forma en la que se consume la experiencia turística. De este modo, viajar no solo depende de los gustos personales de cada turista, sino que también de los recursos disponibles, de la situación familiar y de las condiciones de vida de los individuos. Este TFG aporta una aproximación empírica a estas diferencias y pone en manifiesto que el

turismo puede entenderse también como un indicador de la estructura familiar de la población residente.

No obstante, este estudio presenta algunas limitaciones que deben ser consideradas. En primer lugar, el análisis realizado es de carácter bivariado, lo que supone que las relaciones identificadas entre las variables no permiten establecer relaciones causales ni controlar simultáneamente el efecto de otros factores que podrían influir en el comportamiento turístico. En segundo lugar, el estudio está realizado por medio de una base de datos que proviene de una encuesta transversal, lo que implica la posibilidad de analizar la evolución temporal de estas relaciones. Finalmente algunas variables relevantes para comprender el comportamiento de los turistas, como el nivel educativo, la situación laboral o las motivaciones del viaje, no han sido incorporadas al trabajo, algunas se tuvieron en consideración, mientras que otras no se disponían de sus datos, lo que nos lleva a la última limitación, este estudio al estar realizado mediante la base de datos del CIS, las variables están limitadas a las que nos da el mismo, dejando fuera otras variables que podrían ser de interés para este como puede ser, el medio de transporte utilizado, la frecuencia de viajes al año, motivación del viaje o tamaño del hogar.

Con estas limitaciones mencionadas, futuras investigaciones podrían complementar el análisis incorporando nuevas variables relacionadas con el comportamiento turístico que permite ir más allá en el comportamiento del turista en nuestro país. Factores como los mencionados antes, el medio de transporte utilizado, la frecuencia de viajes anuales, la motivación para realizar el desplazamiento o el tamaño del hogar podrían ser variables por tener en consideración sobre los distintos perfiles encuestados. Asimismo, sería de gran interés complementar el enfoque bivariado que se ha usado en este trabajo mediante modelos de análisis multivariante que permitan evaluar simultáneamente el peso que tienen variables sociodemográficas, económicas y culturales sobre las decisiones que se toman en el turismo

español. El uso de este tipo de análisis permitiría comprender con mayor precisión el turismo en España y obtener una visión más completa del mismo.

En definitiva, el turismo de los residentes en España, no responden únicamente a decisiones individuales, sino que es un espejo de la estructura social del país. Las diferencias de ingresos, edad o la situación personal no solo condiciona como se viaja o donde, sino que revelan el tiempo de descanso y de movilidad se distribuye de forma desigual dentro de la sociedad.

## **7. Declaración de Uso de Herramientas de Inteligencia Artificial Generativa en Trabajos Fin de Grado**

**ADVERTENCIA:** Desde la Universidad consideramos que ChatGPT u otras herramientas similares son herramientas muy útiles en la vida académica, aunque su uso queda siempre bajo la responsabilidad del alumno, puesto que las respuestas que proporciona pueden no ser veraces. En este sentido, NO está permitido su uso en la elaboración del Trabajo fin de Grado para generar código porque estas herramientas no son fiables en esa tarea. Aunque el código funcione, no hay garantías de que metodológicamente sea correcto, y es altamente probable que no lo sea.

Por la presente, yo, Alejandro del Río Torralbo, estudiante de [nombre del título] de la Universidad Pontificia Comillas al presentar mi Trabajo Fin de Grado titulado " Análisis bivariado a través de la encuesta del CIS del turismo en España: determinantes económicos e ideológicos", declaro que he utilizado la herramienta de Inteligencia Artificial Generativa ChatGPT u otras similares de IAG de código sólo en el contexto de las actividades descritas a continuación:

1. **Brainstorming de ideas de investigación:** Utilizado para idear y esbozar posibles áreas de investigación.
2. **Crítico:** Para encontrar contraargumentos a una tesis específica que pretendo defender.
3. **Referencias:** Usado conjuntamente con otras herramientas, como Science, para identificar referencias preliminares que luego he contrastado y validado.
4. **Metodólogo:** Para descubrir métodos aplicables a problemas específicos de investigación.
5. **Interpretador de código:** Para realizar análisis de datos preliminares.
6. **Estudios multidisciplinares:** Para comprender perspectivas de otras comunidades sobre temas de naturaleza multidisciplinar.

7. **Constructor de plantillas:** Para diseñar formatos específicos para secciones del trabajo.
8. **Corrector de estilo literario y de lenguaje:** Para mejorar la calidad lingüística y estilística del texto.
9. **Sintetizador y divulgador de libros complicados:** Para resumir y comprender literatura compleja.
10. **Revisor:** Para recibir sugerencias sobre cómo mejorar y perfeccionar el trabajo con diferentes niveles de exigencia.
11. **Traductor:** Para traducir textos de un lenguaje a otro.

Afirmo que toda la información y contenido presentados en este trabajo son producto de mi investigación y esfuerzo individual, excepto donde se ha indicado lo contrario y se han dado los créditos correspondientes (he incluido las referencias adecuadas en el TFG y he explicitado para que se ha usado ChatGPT u otras herramientas similares). Soy consciente de las implicaciones académicas y éticas de presentar un trabajo no original y acepto las consecuencias de cualquier violación a esta declaración.

Fecha: [05/03/2026]

Firma: \_Alejandro del Río Torralbo\_

## 8. REFERENCIAS

Asensio, C. (2026). *El turismo en España cierra 2025 batiendo récords: 96,8 millones de visitantes extranjeros que dejan 134.712 millones de euros*. El Economista. <https://www.eleconomista.es/economia/noticias/13758033/02/26/el-turismo-en-espana-cierra-2025-batiendo-records-968-millones-de-turistas-y-un-gasto-de-134712-millones.html>

Cordero Cuevas, C., & Navarro Jurado, E. (2025). *Impacto del overtourism y la turistificación en la percepción de autenticidad. Un análisis pre y post-COVID desde la perspectiva del turista*.

<https://rua.ua.es/server/api/core/bitstreams/249c5e86-7851-4835-91ce-b7c818316d37/content>

García Sánchez, A., & Artal Tur, A. (2011). Duración de la estancia, características del destino y perfil del turista de litoral: análisis mediante modelos de regresión de Poisson. *Papers de Turisme*.

<https://www.turisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/171/150>

Gómez Bruna, D., & Martín Duque, C. (2019). Los impactos del turismo en España: diferencias entre destinos de sol y playa y destinos del interior. *Cuadernos de Turismo*, 43. <https://doi.org/10.6018/turismo.43.13>

González Abascal, A. (2020). *Análisis de los diferentes tipos de alojamientos y el turismo 4.0*. Universidad de Cantabria. [https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/19811/GONZALEZABASCALA\\_NABELEN.pdf](https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/19811/GONZALEZABASCALA_NABELEN.pdf)

Gregori, A. (2022). Percepción social del turismo en España: estudios sobre ingresos y opinión pública. *Revista de Turismo y Sociedad*, 19(1), 33–58. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9064252.pdf>

Hernández, E. (2016). Ideología y voto en el nuevo sistema de partidos español. *Revista Española de Ciencia Política*, 41, 111–134. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5740655.pdf>

Hernández Yáñez, J. (2023). *Influencia de las características sociodemográficas de los residentes en el apoyo al turismo, a la actividad hotelera y a nuevos desarrollos hoteleros*. <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/33093/Influencia%20de%20las%20caracteristicas%20sociodemograficas%20de%20los%20residentes%20en%20el%20apoyo%20al%20turismo.pdf>

Hidalgo Giralt, C., Palacios García, A., Barrado Timón, D., & Cea D'Ancona, M. Á. (2023). Tourist intensity in medium and small Spanish cities: Tourism Intensity Index (TII). *Investigaciones Turísticas*, 25, 239–261. <https://doi.org/10.14198/INTURI.21316>

Instituto Nacional de Estadística. (2025). *Encuesta de turismo de residentes (ETR/FAMILITUR)*. <https://www.ine.es/dyngs/Prensa/ETR3T25.pdf>

Kim, J., Kim, J. H., Lee, D. C., Baek, T. H., Kim, C., & Kim, S. (2025). Political ideology and variety seeking in travel choices. *Annals of Tourism Research*. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2025.104011>

Mendieta Aragón, A. (2022). *Cambios en el comportamiento turístico tras la COVID-19: hacia un nuevo perfil del turista y del viaje de ocio en España*. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8913733.pdf>

Millán Vázquez de la Torre, G. (2017). *El turismo religioso en distintas zonas geográficas de España: características de los turistas*. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6257263.pdf>

Ortiz de Mendibil de Casillas, Á. (2025). *Del crecimiento al reposicionamiento: análisis de un turismo más sostenible en las Islas Canarias y Baleares* (Trabajo de fin de grado). Universidad del País Vasco. [https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/76734/TFG\\_AlvaroOrtizdeMendibilCasillas.pdf](https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/76734/TFG_AlvaroOrtizdeMendibilCasillas.pdf)

Román Sánchez, M., Pavlova, N., & Eguizábal-Román, I. (2022). <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7400848.pdf>

Sepúlveda Sánchez, A., & Airey, D. (2017). <https://ojsull.webs.ull.es/index.php/Revista/article/view/1290/pdf>

Seyfi, S., et al. (2024). Tourism and political consumption: emerging perspectives in tourism studies. [https://think.taylorandfrancis.com/special\\_issues/tourism-and-political-consumption/](https://think.taylorandfrancis.com/special_issues/tourism-and-political-consumption/)