



# TURISMO DE INTERIOR EN ANDALUCÍA



Realizado: 02/10/2018

DATOS BÁSICOS TURISMO DE INTERIOR EN ANDALUCÍA	ANDALUCÍA								
	DATOS MENSUALES			DATOS ACUMULADO AÑO			DATOS AÑO COMPLETO		
	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO
Número de viajeros en establecimientos hoteleros	389.847	3,9%	ago-18	2.564.878	3,0%	Ene-ago 2018	3.698.658	7,9%	Año 2017
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros	832.381	6,2%	ago-18	4.838.340	3,9%	Ene-ago 2018	6.862.521	7,6%	Año 2017
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	11,5%	0,4	ago-18	13,0%	0,3	Ene-ago 2018	13,1%	0,7	Año 2017
Número de turistas (millones)	-	-	-	-	-	-	5,5	11,7%	Año 2016
Estancia Media (número de días)	-	-	-	-	-	-	5,0	-1,3	Año 2016
Gasto medio diario (euros)	-	-	-	-	-	-	66,65	5,3	Año 2016

## CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO DE INTERIOR EN ANDALUCÍA

AÑO 2016

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA
Sexo: <b>Mujer</b>	50,3% Valoración del destino: Escala de 1 a 10 <span style="float: right;">8,3</span>
Edad: <b>De 30 a 44 años</b>	33,6% Aspectos mejor valorados: - Paisajes y parques naturales <span style="float: right;">8,8</span>
Situación laboral: <b>Ocupado</b>	65,1% - Atención y trato recibidos; Patrimonio cultural <span style="float: right;">8,7 ; 8,6</span>
	Grado de fidelidad (porcentaje que repite visita respecto al año anterior) <span style="float: right;">62,7%</span>
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	ASPECTOS DIFERENCIALES
Procedencia: Españoles	73,1% · Los propios andaluces son los principales emisores de esta tipología turística.
Estacionalidad: Concentración en el tercer trimestre	29,4% · El turista que visita el interior de Andalucía es menos estacional que la media.
Principal tipo de alojamiento: <b>Hotelero</b>	64,9% · Estancias más cortas en el destino: la permanencia en Andalucía del turista de interior es siempre inferior
Principal medio de transporte: <b>Coche</b>	80,2% a la del total de turistas que visita la región, aunque hubiera recortado distancias en el periodo 2012-2015.
Uso de intermediarios:	9,4% · Tradicionalmente el turista de interior realizaba un desembolso diario en destino que superaba
Uso de Internet:	55,6% ampliamente al del turista que visita el conjunto de la región, pero el descenso de esta variable en el
Principales factores de elegir Andalucía: - <b>Visita a monumentos</b>	31,6% intervalo 2010-2014 había acercado ambos niveles de gasto. En 2015 y 2016 cambia la tendencia.
- <b>Turismo de naturaleza y rura</b>	23,8% · El coche es su principal medio de transporte.
Canal principal de información sobre Andalucía: <b>Experiencia propia</b>	64,4% · Ha aumentado su fidelidad al destino a lo largo de los años.
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - <b>Observación de la naturaleza</b>	44,6% · Diferencias significativas que se mantienen a lo largo del tiempo en la estructura por edad (menos jóvenes
- <b>Visitas a monumentos/museo</b>	42,3% y mayores) y en la situación laboral (más turistas trabajadores y menos estudiantes y jubilados).

FUENTES: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA) | Encuesta de Ocupación Hotelera (INE)