



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	315.808	4,0%	mar-18	807.669	5,8%	Ene-mar 2018	3.676.623	7,2%	Año 2017
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros	602.569	13,1%	mar-18	1.455.934	9,9%	Ene-mar 2018	6.859.195	7,5%	Año 2017
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	16,2%	0,4	mar-18	17,3%	0,6	Ene-mar 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: Mujer	50,3% Valoración del destino: Escala de 1 a 10 8,3
Edad: De 30 a 44 años	33,6% Aspectos mejor valorados: - Paisajes y parques naturales 8,8
Situación laboral: Ocupado	65,1% - Atención y trato recibidos; Patrimonio cultural 8,7 ; 8,6
	Grado de fidelidad (porcentaje que repite visita respecto al año anterior) 62,7%
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: Hotelero	64,9% · Estancias más cortas en el destino: la permanencia en Andalucía del turista de interior es siempre inferior
Principal medio de transporte: Coche	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: - Visita a monumentos	31,6% intervalo 2010-2014 había acercado ambos niveles de gasto. En 2015 y 2016 cambia la tendencia.
- Turismo de naturaleza y rura	23,8% · El coche es su principal medio de transporte.
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	64,4% · Ha aumentado su fidelidad al destino a lo largo de los años.
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - Observación de la naturaleza	44,6% · Diferencias significativas que se mantienen a lo largo del tiempo en la estructura por edad (menos jóvenes
- Visitas a monumentos/musec	42,3% y mayores) y en la situación laboral (más turistas trabajadores y menos estudiantes y jubilados).