



DATOS BÁSICOS TURISMO DE INTERIOR EN ANDALUCÍA	ANDALUCÍA								
	DATOS MENSUALES			DATOS ACUMULADO AÑO			DATOS AÑO COMPLETO		
	DATOS	VAR./DIF		DATOS	VAR./DIF		DATOS	VAR./DIF	
		INTERANUAL	PERIODO		INTERANUAL	PERIODO		INTERANUAL	PERIODO
Número de viajeros en establecimientos hoteleros	333.799	5,2%	may-17	1.456.480	8,8%	Ene-may 2017	3.432.676	8,0%	Año 2016
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros	621.483	8,5%	may-17	2.635.206	8,9%	Ene-may 2017	6.387.806	7,9%	Año 2016
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	12,7%	0,8	may-17	15,1%	1,1	Ene-may 2017	12,4%	0,0	Año 2016
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 rural	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/museos	42,3%	· y mayores) y en la situación laboral (más turistas trabajadores y menos estudiantes y jubilados).