



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	253.660	10,2%	nov-17	3.409.416	7,1%	Ene-nov 2017	3.428.817	7,9%	Año 2016
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros	446.700	10,8%	nov-17	6.381.077	7,4%	Ene-nov 2017	6.380.314	7,8%	Año 2016
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	17,3%	1,1	nov-17	12,7%	0,7	Ene-nov 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
Edad: De 30 a 44 años	33,6% Aspectos mejor valorados: - Paisajes y parques naturales
Situación laboral: Ocupado	65,1% - Atención y trato recibidos; Patrimonio cultural
	Grado de fidelidad (porcentaje que repite visita respecto al año anterior)
	8,3
	8,8
	8,7 ; 8,6
	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/museo	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)