

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	356.476	1,7%	oct-18	3.278.721	2,6%	Ene-oct 2018	3.698.658	7,9%	Año 2017
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros	672.589	6,9%	oct-18	6.190.953	4,0%	Ene-oct 2018	6.862.521	7,6%	Año 2017
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	13,8%	1,0	oct-18	12,9%	0,4	Ene-oct 2018	13,1%	0,7	Año 2017
Número de turistas (millones)	-	-	-	-	-	-	5,88	6,8%	Año 2017
Estancia Media (número de días)	-	-	-	-	-	-	5,1	0,1	Año 2017
Gasto medio diario (euros)	-	-	-	-	-	-	62,97	-3,7	Año 2017

CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO DE INTERIOR EN ANDALUCÍA

AÑO 2017

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA
Sexo: Mujer	51,5% Valoración del destino: Escala de 1 a 10 8,3
Edad: De 30 a 44 años	31,7% Aspectos mejor valorados: - Paisajes y parques naturales 8,8
Situación laboral: Ocupado	63,2% - Atención y trato recibidos; Patrimonio cultural 8,7 ; 8,6
	Grado de fidelidad (porcentaje que repite visita respecto al año anterior) 62,5%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	ASPECTOS DIFERENCIALES
Procedencia: Españoles	75,4% · Los propios andaluces son los principales emisores de esta tipología turística.
Estacionalidad: Concentración en el tercer trimestre	29,2% · El turista que visita el interior de Andalucía es menos estacional que la media.
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	65,4% · Estancias más cortas en el destino: la permanencia en Andalucía del turista de interior es siempre inferior
Principal medio de transporte: Coche	78,1% a la del total de turistas que visita la región, aunque hubiera recortado distancias en el periodo 2012-2015.
Uso de intermediarios:	15,3% · Tradicionalmente, el turista de interior realizaba un desembolso diario en destino que superaba
Uso de Internet:	57,2% 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	47,8% intervalo 2010-2014, y en 2017, ha acercado ambos niveles de gasto, perdiendo esta característica distintiva.
- Turismo de naturaleza y rura	21,7% · El coche es su principal medio de transporte, y utiliza menos a los intermediarios para organizar sus visitas.
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	63,1% · Mayor fidelidad al destino que el turista medio, y que además ha ido aumentando a lo largo de los años.
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - Observación de la naturaleza	64,7%
- Visitas a monumentos/musec	61,7%

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