

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	343.127	5,2%	jun-19	1.971.814	6,4%	Ene-jun 19	3.846.277	3,7%	Año 2018
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros	637.097	6,5%	jun-19	3.582.285	6,7%	Ene-jun 19	7.200.529	5,0%	Año 2018
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	11,1%	0,3	jun-19	14,7%	0,4	Ene-jun 19	13,5%	0,5	Año 2018
Número de turistas (millones)	-	-	-	-	-	-	6,14	2,9%	Año 2018
Estancia Media (número de días)	-	-	-	-	-	-	4,8	-0,3	Año 2018
Gasto medio diario (euros)	-	-	-	-	-	-	62,10	-0,56	Año 2018

## CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO DE INTERIOR EN ANDALUCÍA

AÑO 2018

### PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA
Sexo: <b>Mujer</b>	51,7% Valoración del destino: Escala de 1 a 10
Edad: <b>De 30 a 44 años</b>	32,1% Aspectos mejor valorados: - Paisajes y parques naturales
Situación laboral: <b>Ocupado</b>	66,4% - Atención y trato recibidos; Patrimonio cultural
	Grado de fidelidad (porcentaje que repite visita respecto al año anterior)

### HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA

HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	ASPECTOS DIFERENCIALES
Procedencia: <b>Españoles</b>	75,3% · Los propios andaluces son los principales emisores de esta tipología turística.
Estacionalidad: Concentración en el tercer trimestre	29,7% · El turista que visita el interior de Andalucía es menos estacional que la media.
Principal tipo de alojamiento: <b>Hotelero</b>	64,5% · Estancias más cortas en el destino: la permanencia en Andalucía del turista de interior es siempre inferior
Principal medio de transporte: <b>Coche</b>	77,9% a la del total de turistas que visita la región, aunque hubiera recortado distancias en el periodo 2012-2015.
Uso de intermediarios:	15,8% · Tradicionalmente, el turista de interior realizaba un desembolso diario en destino que superaba
Uso de Internet:	62,2% ampliamente al del turista que visita el conjunto de la región, pero el descenso de esta variable en el
Principales factores de elegir Andalucía: - <b>Visita a monumentos</b>	41,5% intervalo 2010-2014, y de nuevo en 2017 y 2018, ha acercado ambos niveles de gasto, perdiendo esta
- <b>Turismo de naturaleza y rural</b>	22,2% característica distintiva.
Canal principal de información sobre Andalucía: <b>Experiencia propia</b>	65,4% · El coche es su principal medio de transporte, y utiliza menos el paquete turístico para organizar sus visitas.
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - <b>Observación de la naturaleza</b>	60,2% · Mayor fidelidad al destino que el turista medio, y que además ha ido aumentando a lo largo de los años.
- <b>Visitas a monumentos/museos</b>	55,0% · Más turistas de edades intermedias y que trabajan, por tanto menos estudiantes y jubilados.

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