



DATOS BÁSICOS TURISMO ANDALUZ 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 (miles)	546	-3,0%	ago-16	3.413	-0,3%	Ene-ago 2016	4.907	2,3%	Año 2015
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros (miles)	1.614	-8,9%	ago-16	7.717	-3,5%	Ene-ago 2016	10.979	0,6%	Año 2015
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	22,6%	-2,7	ago-16	21,2%	-2,6	Ene-ago 2016	23,0%	-1,3	Año 2015
Número de turistas (millones)	2,3	-	2º Trim 2016	4,1	-	Ene-jun 2016	8,7	6,5%	Año 2015
Cuota (% sobre total turistas en Andalucía)	30,9%	-	2º Trim 2016	32,1%	-	Ene-jun 2016	33,3%	-0,6	Año 2015
Estancia Media (número de días)	3,9	-	2º Trim 2016	4,1	-	Ene-jun 2016	7,0	0,7	Año 2015
Gasto medio diario (euros)	60,03	-	2º Trim 2016	56,74	-	Ene-jun 2016	53,62	-0,4	Año 2015

COMPORTAMIENTO DEL TURISMO ANDALUZ EN ANDALUCÍA			
AÑO 2014			
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA		OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Sexo: Mujer	52,0%	Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,1
Edad: De 30 a 44 años	32,3%	Aspectos mejor valorados: - Atención y trato recibido	8,6
Situación laboral: Ocupado	58,9%	- Alojamiento; Patrimonio cultural	8,5
		Grado de fidelidad (porcentaje que repite visita respecto al año anterior)	76,8%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA		ASPECTOS DIFERENCIALES	
Estacionalidad: Concentración en el tercer trimestre	36,8%	- El turista andaluz es un gran conocedor y admirador de su propia tierra, las variables grado de fidelidad (muy superior al del resto de procedencias) y principal forma de conocer Andalucía así lo indican.	
Principal tipo de alojamiento: Apartamentos	52,6%		
Principal medio de transporte: Coche	83,7%	- Otra particularidad de este emisor es el alto índice de excursionistas que genera: la propensión a realizar excursiones en Andalucía por parte del residente andaluz es 8 veces superior a la propensión a realizar viajes turísticos en la Comunidad (7,87 excursiones al año frente a 0,96 viajes al año).	
Uso de intermediarios:	8,5%		
Uso de Internet:	31,2%	- Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	
Principales factores de elegir Andalucía: - Clima	29,3%		
- Visita a monumentos	20,5%	- Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - Disfrute y uso de la playa	
- Observación de la naturaleza	34,8%		

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

Nota: IECA informa que debido a vicisitudes sobrevenidas en la gestión administrativa de los trabajos de campo de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA) impiden que se puedan ofrecer determinadas desagregaciones de los resultados correspondientes a los primeros trimestres de 2015.