



DATOS BÁSICOS DEL TURISMO ESPAÑOL 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	1.182.966	-0,7%	ago-16	6.806.991	4,7%	Ene-ago 2016	9.332.386	4,3%	Año 2015
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros	3.860.399	-4,7%	ago-16	17.709.358	2,8%	Ene-ago 2016	23.483.465	2,9%	Año 2015
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	53,9%	-3,8	ago-16	48,6%	-2,7	Ene-ago 2016	49,1%	-1,5	Año 2015
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Tota	291.432	0,6%	ago-16	2.096.192	7,8%	Ene-ago 2016	2.898.873	6,8%	Año 2015
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Tradicionales	82.010	4,1%	ago-16	651.721	17,1%	Ene-ago 2016	792.608	15,1%	Año 2015
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Bajo Coste	209.422	-0,7%	ago-16	1.444.471	4,1%	Ene-ago 2016	2.106.265	3,9%	Año 2015
Número de turistas (millones)	4,4	-	2º Trim 2016	7,7	-	Ene-jun 2016	16,8	9,1%	Año 2015
Cuota (% sobre total turistas en Andalucía)	58,5%	-	2º Trim 2016	60,8%	-	Ene-jun 2016	64,4%	0,5	Año 2015
Estancia Media (número de días)	5,6	-	2º Trim 2016	5,4	-	Ene-jun 2016	7,2	-0,3	Año 2015
Gasto medio diario (euros)	63,47	-	2º Trim 2016	61,27	-	Ene-jun 2016	59,34	1,29	Año 2015

COMPORTAMIENTO DEL TURISMO ESPAÑOL EN ANDALUCÍA

AÑO 2014

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA
Sexo: Mujer	52,4% Valoración del destino: Escala de 1 a 10
Edad: De 30 a 44 años	31,3% Aspectos mejor valorados: - Atención y trato recibidos
De 45 a 64 años	28,5% - Patrimonio cultural
Situación laboral: Ocupado	60,4% Grado de fidelidad (porcentaje que repite visita respecto al año anterior)
8,1	65,3%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	ASPECTOS DIFERENCIALES
Estacionalidad: Concentración en el tercer trimestre	38,3% - El mercado nacional continúa la tendencia de recuperación tras la pérdida de dinamismo registrada
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	59,6% en los últimos años.
Principal medio de transporte: Coche	73,3% - Pierde peso es uso de intermediarios para organizar sus vacaciones en Andalucía
Uso de intermediarios:	12,0% - Aumenta el uso de Internet como herramienta en la organización (informar, reservar y/o comprar
Uso de Internet:	38,2% - Pierde importancia la variable precios en la toma de decisión de viajar a Andalucía
Principales factores de elegir Andalucía: - Clima	31,1%
- Visita a monumentos	20,6%
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	71,4%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - Disfrute y uso de la playa	48,2%
- Observación de la naturaleza	35,5%

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