



DATOS BÁSICOS TURISMO EXTRANJERO 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	817.494	12,7%	ago-15	4.910.575	9,9%	Ene-ago 2015	6.633.941	4,8%	Año 2014
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros	3.026.120	13,1%	ago-15	16.395.925	8,8%	Ene-ago 2015	22.209.058	4,3%	Año 2014
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	42,1%	2,6	ago-15	48,6%	1,1	Ene-ago 2015	49,3%	-0,1	Año 2014
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Tota	861.436	3,2%	ago-15	5.172.574	4,9%	Ene-ago 2015	7.074.881	7,6%	Año 2014
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Tradicionales	189.818	3,7%	ago-15	1.131.371	9,0%	Ene-ago 2015	1.474.096	8,5%	Año 2014
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Bajo Coste	671.618	3,1%	ago-15	4.041.203	3,8%	Ene-ago 2015	5.600.785	7,4%	Año 2014
Número de turistas (millones)	-	-	2º Trim 2015	-	-	Ene-jun 2015	8,7	5,9%	Año 2014
Cuota (% sobre total turistas en Andalucía)	-	-	2º Trim 2015	-	-	Ene-jun 2015	36,2%	-0,3	Año 2014
Estancia Media (número de días)	-	-	2º Trim 2015	-	-	Ene-jun 2015	11,2	-0,3	Año 2014
Gasto medio diario (euros)	-	-	2º Trim 2015	-	-	Ene-jun 2015	70,14	1,7	Año 2014

## COMPORTAMIENTO DEL TURISMO EXTRANJERO EN ANDALUCÍA

AÑO 2014

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA
Sexo: <b>Mujer</b>	51,9% Valoración del destino: Escala de 1 a 10
Edad: <b>De 45 a 64 años</b>	34,7% Aspectos mejor valorados: - <b>Trenes</b>
Situación laboral: <b>Ocupado</b>	64,3% - <b>Puerto y actividades nauticas</b>
	Grado de fidelidad (porcentaje que repite visita respecto al año anterior)
	40,0%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	ASPECTOS DIFERENCIALES
Estacionalidad: Concentración en el 3º trimestre (verano)	34,3% - Suponen más del 36% de todos los turistas recibidos en Andalucía en 2014, siendo británicos y alemanes los
Principal tipo de alojamiento: <b>Hotelero</b>	72,5% mercados más importantes.
Principal medio de transporte: <b>Avión</b>	74,3% - Emisor menos estacional para Andalucía que el mercado español.
Uso de intermediarios: Porcentaje	22,7% - Tradicionalmente presenta una estancia media y un gasto en destino más elevado que el mercado español.
Uso de Internet: Porcentaje	62,3% - Se apoyan más en el uso de intermediarios a la hora de organizar su viaje, también es el emisor que hace
Principales factores de elegir Andalucía: - <b>Clima</b>	35,8% un mayor uso de Internet para la consulta, reserva o compra de algún servicio turístico de su viaje a Andalucía
- <b>Visita a monumentos</b>	23,6%
Canal principal de información sobre Andalucía: <b>Experiencia propia</b>	52,7%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - <b>Disfrute y uso de la playa</b>	52,7%
- <b>Visita a monumentos y museos</b>	41,0%

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.