



TURISMO BRITÁNICO EN ANDALUCÍA



Realizado: 31/03/2015

DATOS BÁSICOS TURISMO BRITÁNICO 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)	57.028	9,6%	feb-15	99.053	12,0%	Ene-feb 2015	1.185.417	3,9%	Año 2014
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros (miles)	250.090	6,1%	feb-15	451.387	11,1%	Ene-feb 2015	5.524.352	2,4%	Año 2014
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	10,8%	-0,4	feb-15	11,1%	0,2	Ene-feb 2015	12,3%	-0,3	Año 2014
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Tota	109.708	4,6%	feb-15	207.278	6,2%	Ene-feb 2015	2.573.451	4,3%	Año 2014
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Tradicionales	7.045	-6,5%	feb-15	12.879	-9,3%	Ene-feb 2015	196.551	5,8%	Año 2014
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Bajo Coste	102.663	5,5%	feb-15	194.399	7,4%	Ene-feb 2015	2.376.900	4,2%	Año 2014
Número de turistas (millones)	-	-	-	-	-	-	1,9	3,7%	Año 2013
Cuota (% sobre total turistas en Andalucía)	-	-	-	-	-	-	8,5%	0,0	Año 2013
Estancia Media (número de días)	-	-	-	-	-	-	9,5	-1,4	Año 2013
Gasto medio diario (euros)	-	-	-	-	-	-	60,01	-0,2	Año 2013

COMPORTAMIENTO DEL TURISMO BRITÁNICO EN ANDALUCÍA

AÑO 2013

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA
Sexo: Mujer	51,9% Valoración del destino: Escala de 1 a 10
Edad: De 45 a 64 años	39,5% Aspectos mejor valorados: - Atención y trato recibidos
Situación laboral: Ocupado	57,9% - Calidad de las playas y de sus servicios
	Grado de fidelidad (porcentaje que repite visita respecto al año anterior)
	48,5%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	ASPECTOS DIFERENCIALES
Estacionalidad: Concentración en el tercer trimestre	33,3% - El turismo británico se ha visto muy influenciado por la situación económica, aún persiste cierta cautela,
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	52,8% valorándose más que nunca el Value for Money (relación calidad/precio).
Principal medio de transporte: Avión	83,0% - No obstante, las vacaciones son una necesidad y no un lujo para los británicos: reducirán el número de viaje
Uso de intermediarios:	27,3% pero no renunciarán fácilmente a la vacación principal de verano.
Uso de Internet:	57,7% - Gran uso de Internet y foros de viajes. La red interviene de forma muy importante en el proceso de decisión
Principales factores de elegir Andalucía: - Clima	36,7% del destino para los británicos.
- Visita a monumentos	19,9% - El touroperador sigue teniendo un papel muy importante en este mercado debido en parte a la figura del seguro
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	58,6% de viaje ATOL.
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - Disfrute y uso de la playa	53,6% - España se percibe cada vez más como un destino seguro, que ofrece playa junto con actividades complementaria
- Visita a monumentos y museos	36,5% (destino beach plus).

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