



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)	162.759	21,1%	jul-16	881.075	18,9%	Ene-jul 2016	1.333.874	12,6%	Año 2015
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros (miles)	861.901	19,9%	jul-16	4.105.763	19,9%	Ene-jul 2016	6.269.204	13,3%	Año 2015
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	13,0%	1,4	jul-16	14,0%	1,1	Ene-jul 2016	13,1%	0,8	Año 2015
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Tota	385.068	20,7%	jul-16	1.761.735	17,5%	Ene-jul 2016	2.633.716	2,3%	Año 2015
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Tradicionales	37.686	23,0%	jul-16	157.895	24,9%	Ene-jul 2016	225.608	14,8%	Año 2015
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Bajo Coste	347.382	20,5%	jul-16	1.603.840	16,8%	Ene-jul 2016	2.408.108	1,3%	Año 2015
Número de turistas (millones)	-	-	-	-	-	-	2,4	12,7%	Año 2015
Cuota (% sobre total turistas en Andalucía)	-	-	-	-	-	-	9,4%	0,4	Año 2015
Estancia Media (número de días)	-	-	-	-	-	-	10,5	0,6	Año 2015
Gasto medio diario (euros)	-	-	-	-	-	-	65,56	-0,1	Año 2015

COMPORTAMIENTO DEL TURISMO BRITÁNICO EN ANDALUCÍA

AÑO 2015

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	31,9% Aspectos mejor valorados: - Atención y trato recibidos
Situación laboral: Ocupado	60,5% - Alojamiento
	Grado de fidelidad (porcentaje que repite visita respecto al año anterior)
	46,5%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	ASPECTOS DIFERENCIALES
Estacionalidad: Concentración en el tercer trimestre	34,0% - Continúa siendo el principal mercado emisor de turistas extranjeros que recibe España y Andalucía.
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	55,9% - Los británicos no van a renunciar a sus vacaciones: se han convertido en una necesidad y no en un lujo.
Principal medio de transporte: Avión	76,5% - La situación económica influye sobre el comportamiento turístico de los británicos y la meteorología sobre
Uso de intermediarios:	20,4% la elección del destino de sus vacaciones (aumentan las vacaciones domésticas si el tiempo es favorable).
Uso de Internet:	64,6% - Acusada sensibilidad al precio y a la cotización de la libra, aunque España aparece habitualmente como
Principales factores de elegir Andalucía: - Clima	41,3% un destino asequible y económico, uno de los más baratos de los de playa
- Visita a monumentos	25,7% - Se mantiene el paquete turístico tradicional y aumenta la organización independiente.
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	58,5% - España se percibe cada vez más como un destino seguro, que ha evolucionado hacia un destino Beach
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - Disfrute y uso de la playa	56,1% Plus (un destino de playa con actividades o experiencias complementarias)
- Visita a monumentos y museos	35,0%