Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía

TURISMO BRITÁNICO EN ANDALUCÍA

Andalucía

Realizado: 02/08/2016

DATOS BÁSICOS TURISMO BRITÁNICO EN ANDALUCÍA	ANDALUCÍA								
	DATOS MENSUALES			DATOS ACUMULADO AÑO			DATOS AÑO COMPLETO		
	DATOS	VAR./DIF INTERNAUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERNAUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERNAUAL	PERIODO
Número de viajeros en establecimientos hoteleros (miles)	183.237	17,9%	jun-16	718.316	18,5%	Ene-jun 2016	1.333.874	12,6%	Año 2015
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros (miles)	894.985	24,4%	jun-16	3.243.862	19,9%	Ene-jun 2016	6.269.204	13,3%	Año 2015
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	16,8%	2,3	jun-16	14,3%	1,1	Ene-jun 2016	13,1%	0,8	Año 2015
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Tota	348.011	20,2%	jun-16	1.376.667	16,6%	Ene-jun 2016	2.633.716	2,3%	Año 2015
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Tradicionales	34.045	27,7%	jun-16	120.209	25,5%	Ene-jun 2016	225.608	14,8%	Año 2015
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Bajo Coste	313.966	19,5%	jun-16	1.256.458	15,8%	Ene-jun 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	
Sexo: **Mujer**	51,9%
Edad: **De 45 a 64 años**	31,9%
Situación laboral: Ocupado	60,5%

HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Estacionalidad: Concentración en el tercer trimestre	34,0%
Principal tipo de alojamiento: **Hotelero**	55,9%
Principal medio de transporte: **Avión**	76,5%
Uso de intermediarios:	20,4%
Uso de Internet:	64,6%
Principales factores de elegir Andalucía: - **Clima**	41,3%
- **Visita a monumentos**	25,7%
Canal principal de información sobre Andalucía: **Experiencia propia**	58,5%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - **Disfrute y uso de la playa**	56,1%
- **Visita a monumentos y museos**	35,0%

OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,2
Aspectos mejor valorados: - **Atención y trato recibidos**	8,6
- Alojamiento	8,5
Grado de fidelidad (porcentaje que repite visita respecto al año anterior)	46,5%

ASPECTOS DIFERENCIALES
- Continúa siendo el principal mercado emisor de turistas extranjeros que recibe España y Andalucía.
- Los británicos no van a renunciar a sus vacaciones: se han convertido en una necesidad y no en un lujo.
- La situación económica influye sobre el comportamiento turístico de los británicos y la meteorología sobre
la elección del destino de sus vacaciones (aumentan las vacaciones domésticas si el tiempo es favorable).
- Acusada sensibilidad al precio y a la cotización de la libra, aunque España aparece habitualmente como
un destino asequible y económico, uno de los más baratos de los de playa
- Se mantiene el paquete turístico tradicional y aumenta la organización independiente.
- España se percibe cada vez más como un destino seguro, que ha evolucionado hacia un destino Beach
Plus (un destino de playa con actividades o experiencias complementarias)

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