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

TURISMO BRITÁNICO EN ANDALUCÍA

Andalucía

Actualizado | 01/12/2014

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)	134.867	8,4%	oct-14	1.081.658	4,0%	Ene-oct 2014	1.130.911	4,3%	Año 2013
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros (miles)	641.472	1,5%	oct-14	5.061.071	1,5%	Ene-oct 2014	5.336.914	7,3%	Año 2013
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	16,0%	-0,8	oct-14	12,3%	-0,3	Ene-oct 2014	12,4%	0,3	Año 2013
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Tota	246.402	1,0%	oct-14	2.344.762	4,4%	Ene-oct 2014	2.466.471	3,8%	Año 2013
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Tradicionales	16.924	-6,4%	oct-14	183.250	7,3%	Ene-oct 2014	185.739	12,0%	Año 2013
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Bajo Coste	229.478	1,6%	oct-14	2.161.512	4,2%	Ene-oct 2014	2.280.732	3,2%	Año 2013
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	-0,15	Año 2013

COMPORTAMIENTO DEL TURISMO BRITÁNICO EN ANDALUCÍA

AÑO 2013

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	
Sexo: **Mujer**	51,9%
Edad: **De 45 a 64 años**	39,5%
Situación laboral: **Ocupado**	57,9%

HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Estacionalidad: Concentración en el tercer trimestre	33,3%
Principal tipo de alojamiento: **Hotelero**	52,8%
Principal medio de transporte: **Avión**	83,0%
Uso de intermediarios:	27,3%
Uso de Internet:	57,7%
Principales factores de elegir Andalucía: - **Clima**	36,7%
- **Visita a monumentos**	19,9%
Canal principal de información sobre Andalucía: **Experiencia propia**	58,6%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - **Disfrute y uso de la playa**	53,6%
- **Visita a monumentos y museos**	36,5%

OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,3
Aspectos mejor valorados: - **Atención y trato recibidos**	8,7
- **Calidad de las playas y de sus servicios**	8,5
Grado de fidelidad (porcentaje que repite visita respecto al año anterior	48,5%

ASPECTOS DIFERENCIALES

- El turismo británico se ha visto muy influenciado por la situación económica, aún persiste cierta cautela, valorándose más que nunca el Value for Money (relación calidad/precio)
- No obstante, las vacaciones son una necesidad y no un lujo para los británicos: reducirán el número de viaje pero no renunciarán fácilmente a la vacación principal de verano
- Gran uso de Internet y foros de viajes. La red interviene de forma muy importante en el proceso de decisió del destino para los británicos.
- El touroperador sigue teniendo un papel muy importante en este mercado debido en parte a la figura del seguro de viaje ATOL.
- España se percibe cada vez más como un destino seguro, que ofrece playa junto con actividades complementaria (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