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

TURISMO BRITÁNICO EN ANDALUCÍA

Realizado: 01/12/2017

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)	154.648	-2,6%	oct-17	1.422.192	1,9%	Ene-oct 2017	1.527.272	14,5%	Año 2016
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros (miles)	750.977	-4,8%	oct-17	6.615.055	-0,2%	Ene-oct 2017	7.185.606	14,6%	Año 2016
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	15,2%	-1,0	oct-17	13,9%	-0,2	Ene-oct 2017	13,9%	0,8	Año 2016
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Total	302.636	-2,7%	oct-17	3.079.810	9,9%	Ene-oct 2017	3.112.439	18,2%	Año 2016
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Tradicionales	29.032	10,5%	oct-17	280.352	9,4%	Ene-oct 2017	277.747	23,1%	Año 2016
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Bajo Coste	273.604	-4,0%	oct-17	2.799.458	9,9%	Ene-oct 2017	2.834.692	17,7%	Año 2016
Número de turistas (millones)	-	-	-	-	-	-	2,8	15,9%	Año 2016
Cuota (% sobre total turistas en Andalucía)	-	-	-	-	-	-	10,0%	0,7	Año 2016
Estancia Media (número de días)	-	-	-	-	-	-	10,0	-0,5	Año 2016
Gasto medio diario (euros)	-	-	-	-	-	-	70,66	5,1	Año 2016

COMPORTAMIENTO DEL TURISMO BRITÁNICO EN ANDALUCÍA

AÑO 2016

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	
Sexo: **Mujer**	53,7%
Edad: **De 45 a 64 años**	30,2%
Situación laboral: Ocupado	63,8%

HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Estacionalidad: Concentración en el tercer trimestre	34,3%
Principal tipo de alojamiento: **Hotelero**	60,4%
Principal medio de transporte: **Avión**	78,0%
Uso de intermediarios:	16,9%
Uso de Internet:	68,5%
Principales factores de elegir Andalucía: - **Clima**	37,9%
- Visita a monumento	26,2%
Canal principal de información sobre Andalucía: **Experiencia propia**	53,1%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - **Disfrute y uso de la playa**	47,3%
- **Visita a monumentos y museos**	45,2%

OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,4
Aspectos mejor valorados: - **Atención y trato recibidos**	8,7
- Paisajes y parques naturales	8,7
Grado de fidelidad (porcentaje que repite visita respecto al año anterior)	36,7%

ASPECTOS DIFERENCIALES

- Continúa siendo el principal mercado emisor de turistas extranjeros que recibe España y Andalucía.
- Los británicos viajarán ocurra lo que ocurra: no van a renunciar fácilmente a sus vacaciones.
- El Brexit no ha tenido un impacto tan inmediato como se esperaba, y sus efectos no se han dejado sentir en 2016, porque la mayoría de los viajes de la temporada de verano ya estaban reservados. No obstante, la libra sí se ha depreciado respecto al euro (un -10,5% desde el referendum hasta finales de 2016), y el tipo de cambio de la libra sigue ejerciendo una clara influencia en el volumen de emisión de turistas del Reino Unido.
- Se mantiene el paquete turístico tradicional y aumenta la organización independiente. La península es para el turismo independiente y el residencial, y a las islas se viaja con un paquete tradicional.
- España se percibe cada vez más como un destino seguro, que ha evolucionado hacia un destino Beach Plus (destino de playa con actividades/experiencias complementarias: gastronomía, deportes, visitas culturales, etc.).

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