



DATOS BÁSICOS DEL TURISMO QUE UTILIZA INTERNET	ANDALUCÍA		
	DATOS ACUMULADO AÑO		
	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO
% de turistas que habiendo consultado Internet realizaron la reserva de algún servicio turístico.	73,8%	5,0	Año 2016
% de turistas que habiendo reservado en Internet algún servicio turístico culminó el proceso con la compra del mismo	45,9%	16,4	Año 2016
% principales servicios consultados: - <b>Alojamiento</b>	90,7%	-	Año 2016
- Transporte	58,7%	-	Año 2016
% principales servicios reservados: - <b>Alojamiento</b>	89,0%	-	Año 2016
- Transporte	47,5%	-	Año 2016
% principales servicios comprados: - <b>Transporte</b>	64,3%	-	Año 2016
- Alojamiento	69,7%	-	Año 2016

## Perfil, hábitos y opinión del turista que reserva algún servicio turístico a través de Internet

AÑO 2016

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	ASPECTOS DIFERENCIALES
Sexo: <b>Mujer</b>	· Los turistas extranjeros reservan/compran por Internet con más frecuencia que los nacionales los productos turísticos relacionados con su viaje.
Edad: <b>De 30 a 44 años</b>	
Situación laboral: <b>Ocupado</b>	
<p>· El alojamiento es el producto más representado dentro del mercado nacional, el 92,1% lo reservaron online (llegando a un 74,5% de compra). El transporte es el producto más representado dentro del mercado extranjero, alcanzando al 92% de los turistas que reservaron/compraron por Internet, que adquirieron su transporte por esta vía.</p>	
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Principal tipo de alojamiento: <b>Hotelero</b>	76,5%
Principal medio de transporte: <b>Coche particular</b>	54,6%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - <b>Visita a monumentos y museos</b>	57,3%
- <b>Disfrute y uso de la playa</b>	32,1%

FUENTES: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA)