



DATOS BÁSICOS DEL TURISMO QUE UTILIZA INTERNET	ANDALUCÍA		
	DATOS ACUMULADO AÑO		
	DATOS	VAR./DIF	PERIODO
INTERANUAL			
% 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: - Alojamiento	90,7%	-	Año 2016
- Transporte	58,7%	-	Año 2016
% principales servicios reservados: - Alojamiento	89,0%	-	Año 2016
- Transporte	47,5%	-	Año 2016
% principales servicios comprados: - Transporte	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: Mujer	· Los turistas extranjeros reservan/compran por Internet con más frecuencia que los nacionales los productos turísticos relacionados con su viaje.
Edad: De 30 a 44 años	
Situación laboral: Ocupado	
	· 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.
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	76,5%
Principal medio de transporte: Coche particular	54,6%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - Visita a monumentos y museos	57,3%
- Disfrute y uso de la playa	32,1%

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