



DATOS BÁSICOS DEL TURISMO QUE UTILIZA INTERNET	ANDALUCÍA		
	DATOS ACUMULADO AÑO		
	VAR./DIF		
	DATOS	INTERANUAL	PERIODO
% de turistas que habiendo consultado Internet realizaron la reserva de algún servicio turístico.	68,8%	-1,7	Año 2015
% de turistas que habiendo reservado en Internet algún servicio turístico culminó el proceso con la compra del mismo	29,5%	-8,7	Año 2015
% principales servicios consultados: - Alojamiento	85,7%	-	Año 2015
- Transporte	63,4%	-	Año 2015
% principales servicios reservados: - Alojamiento	82,1%	-	Año 2015
- Transporte	56,1%	-	Año 2015
% principales servicios comprados: - Transporte	69,6%	-	Año 2015
- Alojamiento	54,9%	-	Año 2015

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

AÑO 2015

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 89% lo reservaron online (llegando a un 63% de compra). El transporte es el producto más representado dentro del mercado extranjero, alcanzando al 95% 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	73,8%
Principal medio de transporte: Coche particular	49,2%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - Disfrute y uso de la playa	47,7%
- Visita a monumentos y museos	39,8%

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